

PRESS PACKAGE

**OBSERVATÓRIO DA CONCORRÊNCIA LANÇA
AÇÃO POPULAR CONTRA A SPORT TV
PARA INDEMNIZAR CONSUMIDORES
POR DANOS CAUSADOS POR VIOLAÇÕES DO DIREITO DA CONCORRÊNCIA**

12 de março de 2015

1. OBSERVATÓRIO DA CONCORRÊNCIA

O Observatório da Concorrência (OdC) é uma associação criada em novembro de 2014, constituída primordialmente por académicos portugueses ligados ao estudo da concorrência, numa perspetiva jurídica e económica (ver Estatutos em Anexo).

Tem por objetivo promover a concorrência efetiva nos mercados nacionais e o respeito pelo direito da concorrência, defendendo os direitos dos consumidores.

A associação assenta no princípio da independência e não é, presentemente, financiada por qualquer entidade.

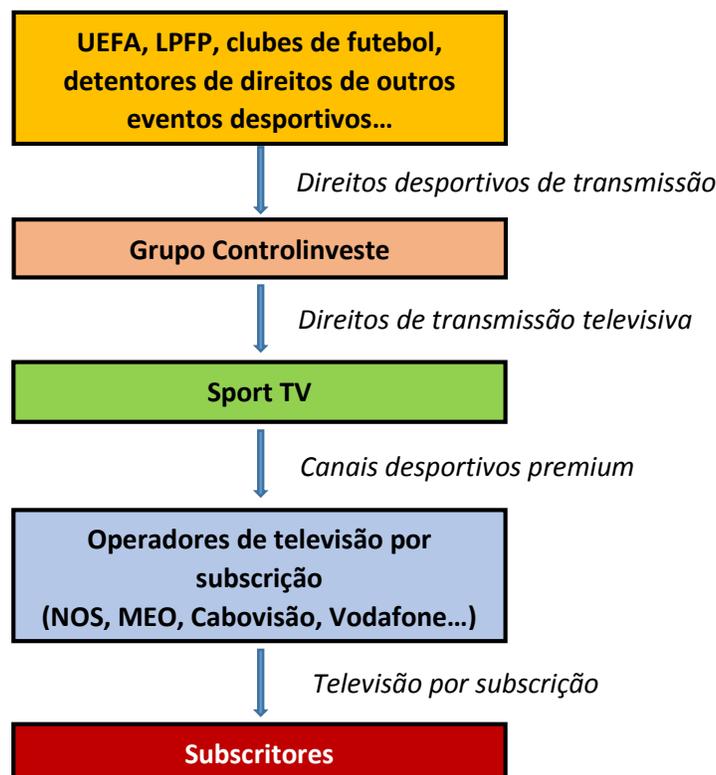
O OdC é presidido pelo Professor Eduardo Paz Ferreira, da Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa. Os atuais membros incluem docentes das Universidades Autónoma de Lisboa, Católica Portuguesa, de Coimbra, Lisboa, Minho, Nova de Lisboa, Porto e Reading (ver lista de associados em Anexo).

2. CONTEXTO

A Sport TV foi criada em 1998. Começou como uma parceria entre o Grupo Controlinveste, a RTP e o Grupo PT.

Passou depois a ser detida em partes iguais pela Controlinveste e pelo Grupo PT, através da PT Multimédia. Em 2007, a PT Multimédia foi vendida, tornando-se a ZON, depois ZON Optimus e, finalmente, NOS.

Atualmente, a Sport TV é detida em partes iguais pela Controlinveste e pela NOS.



No mercado a montante daquele em que atua a Sport TV, verificou-se, ao longo dos anos, a concentração de direitos de transmissão de eventos desportivos (em especial, dos campeonatos organizados pela Liga Portuguesa de Futebol Profissional) no Grupo Controlinveste, com contratos exclusivos duradouros.

Em 2000, o Tribunal da Relação de Lisboa afirmou que a exclusividade sobre estes direitos, nos termos em que se encontrava prevista, violava o direito da concorrência (proc. n.º 60506).

Em abril de 2013, a Autoridade da Concorrência (AdC) abriu um processo de contraordenação contra o grupo Controlinveste e a Sport TV por práticas restritivas da concorrência na comercialização destes direitos respeitantes aos campeonatos da Primeira e Segunda Ligas nacionais de futebol. Em dezembro de 2014, a AdC lançou uma consulta pública sobre compromissos oferecidos pelas empresas visadas para eliminar estas preocupações concorrenciais.

Ao longo dos anos, a Sport TV tem sido alvo de várias denúncias por práticas anticoncorrenciais, relativas ao modo como comercializava os canais de acesso condicionado com conteúdos desportivos *premium*.

Em abril de **2004**, como condição para a autorização da concentração que levou ao controlo da Sport TV pela Controlinveste e PT Multimédia, a **AdC impôs à Sport TV obrigações de não discriminação** entre os operadores de televisão por cabo.

Em junho de **2013**, na sequência de uma denúncia, a **AdC condenou a Sport TV por abuso de posição dominante** por, pelo menos de 1 de janeiro de 2005 a 30 de março de 2011, ter imposto condições discriminatórias aos operadores e limitado o desenvolvimento e investimento no mercado da televisão por subscrição.

Em consequência, a AdC impôs à Sport TV uma coima de 3,7 milhões de euros. Esta decisão foi confirmada pelo Tribunal da Concorrência, da Regulação e da Supervisão, embora com redução da coima. Aguarda-se o desfecho do recurso no Tribunal da Relação de Lisboa.

A Decisão da AdC indicou que as práticas da Sport TV causaram prejuízos aos operadores (valores confidenciais) e aos consumidores.

3. AÇÃO POPULAR CONTRA A SPORT TV

O OdC lançou hoje uma ação popular, pedindo que se declare que a Sport TV violou o direito da concorrência, causando danos aos utilizadores finais dos canais Sport TV e a todos os clientes da televisão por subscrição, e que deve indemnizá-los.

Quais as práticas anticoncorrenciais em causa?

A ação popular alega que a Sport TV violou o direito da concorrência europeu e português, especificamente a proibição de **acordos restritivos da concorrência** e de **abuso de posição dominante**, ao **induzir artificialmente a subida dos preços** no mercado retalhista da televisão por subscrição, **limitar o desenvolvimento e investimento** neste e **excluir utilizadores finais** do benefício dos canais Sport TV.

Mais especificamente, estas práticas incluem, sucintamente:

- Proibir os operadores de televisão por subscrição de realizarem campanhas comerciais ou promocionais envolvendo os canais Sport TV sem autorização prévia da Sport TV;
- Recusar frequentemente a realização de campanhas promocionais envolvendo canais Sport TV;
- Obrigar os operadores a apresentarem-lhe um conjunto de informações comerciais sensíveis (incluindo promoções planeadas), às quais o maior operador de televisão por subscrição, seu acionista (atualmente, NOS), tinha acesso, assim aumentando a transparência no mercado e dissuadindo uma concorrência mais agressiva, por lhe retirar eficácia;
- Usar um sistema de cálculo de preços grossistas ligado ao PVP recomendado que, em conjunto com as suas outras práticas e com as características do mercado da televisão por subscrição, implicava que os preços recomendados funcionassem, na prática, como preços de revenda impostos;
- Usar um sistema de cálculo de preços grossistas discriminatório, que implicava prejuízos para alguns operadores na venda dos canais Sport TV aos preços recomendados, tornando inviável, na prática, a sua oferta desses canais a valores abaixo dos preços recomendados e a pressão para a descida generalizada dos preços da Sport TV no mercado retalhista;
- Ter recusado a venda individualizada de canais Sport TV, obrigando à aquisição do pacote de canais;
- Ter sistematicamente discriminado os outros operadores de televisão por subscrição, em favor da sua acionista (atualmente, NOS), causando-lhes prejuízos que impediram a prática de preços mais reduzidos e o desenvolvimento e investimento no mercado da televisão por subscrição.

Em que período se verificaram estas práticas?

As práticas poderão ter-se verificado desde o início da atividade da Sport TV até ao presente.

No entanto, para facilitar o cumprimento do ónus da prova, esta ação popular só cobre o período **de 1 de janeiro de 2005 a 30 de junho de 2013**.

A data de início foi escolhida porque é também a data de início do período em que a AdC identificou um abuso de posição dominante da Sport TV, por discriminação entre os operadores de televisão por subscrição. Esta decisão e o respetivo processo incluem muitos elementos que facilitam a produção de prova.

A data de fim do período foi escolhida por ser o dia antes da Sport TV perder o monopólio na oferta nacional de canais pagos com conteúdos desportivos *premium*, devido à entrada da Benfica TV nesta atividade. Ainda que tudo indique que a Sport TV continuou a ter uma posição dominante após essa data, esta limitação simplifica a discussão deste ponto.

Que prejuízos estão em causa?

Numa primeira fase, a ação popular pretende apenas que seja declarada a violação do direito da concorrência e a obrigação de indemnização dos lesados.

Só numa segunda fase, se a ação tiver sucesso, o tribunal poderá ser chamado a quantificar os danos causados aos utilizadores finais representados.

Esta quantificação poderá vir a ser feita através de análises precisas e complexas e/ou através de um juízo de equidade.

Em termos sucintos, os prejuízos reconduzem-se ao preço que os consumidores pagaram a mais pela aquisição de serviços no mercado retalhista da televisão por subscrição e/ou à utilidade que perderam pela sua exclusão do benefício de certos serviços nesse mercado, devido às práticas ilícitas da Sport TV terem mantido os PVPs acima do que se teria verificado na sua ausência.

O valor total dos danos dependerá, nomeadamente, do que o tribunal conclua sobre a prova das práticas e do tempo que duraram.

Meramente a título de exemplo, se se entendesse ficarem provadas práticas que levaram a um aumento do preço do pacote Sport TV, pelo menos no valor de 1 EUR, um utilizador final que tenha subscrito os canais Sport TV durante todo o período de referência teria sido lesado em 102 EUR.

Na prática, os prejuízos aos subscritores da Sport TV podem ter sido muito superiores.

Recorde-se que, em reação à entrada da Benfica TV no mercado, em julho de 2013, a Sport TV baixou os preços do seu pacote de canais de 26,5 EUR (SD) / 29 EUR (HD) para 22,79 EUR.

Mas há outros tipos de prejuízos.

Entre os subscritores da Sport TV durante o período em causa incluíam-se alguns que não queriam subscrever o pacote inteiro de canais Sport TV. Desejavam apenas um único canal com conteúdos preferidos, que teria sido oferecido a um preço inferior, mas não tinham essa opção e acabaram por contratar todo o pacote, pagando um preço muito superior.

Houve também vários clientes de televisão por subscrição que não subscreviam a Sport TV durante este período mas

- (a) que só não contrataram o pacote de canais Sport TV porque o seu preço estava acima do que estavam dispostos a pagar; ou
- (b) que não estavam dispostos a pagar o preço dum pacote de canais, mas que teriam pago por um único canal Sport TV com conteúdos preferidos, mas não tinham essa opção.

O aumento artificial dos preços e/ou a falta de oferta individualizada de um único canal impediu estes utilizadores de beneficiarem destes canais, o que implica um prejuízo em termos de perda de utilidade económica.

Recorde-se que, na sequência da entrada no mercado da Benfica TV, o número total de subscritores de algum canal desportivo *premium* em Portugal aumentou drasticamente. A baixa de preços do pacote Sport TV levou ao aumento do número dos seus subscritores. Além disso, a Sport TV passou a disponibilizar, individualmente, o canal “Sport TV Live”, por 9,90 euros. Este canal atraiu entre 10 a 20 mil subscritores, alguns dos quais não subscreviam anteriormente canais Sport TV.

Finalmente, todos os clientes da televisão por subscrição em Portugal, durante o período em causa, independentemente de subscreverem ou pretenderem subscrever a Sport TV, foram lesados pelas suas práticas anticoncorrenciais. Isto porque, como concluiu a AdC, estas práticas limitaram a concorrência entre os operadores de televisão por subscrição e a inovação e o desenvolvimento neste mercado, com prejuízo para os consumidores.

Quem é representado nesta ação popular?

Ao abrigo das regras das ações populares, são representados nesta ação todos os consumidores que tenham sido lesados pelas práticas anticoncorrenciais em causa da Sport TV, a não ser que expressamente indiquem que não desejam ser representados.

Ao longo do período em causa, os canais Sport TV tiveram um número total de subscritores que foi variando entre cerca de 450.000 e 675.000.

A estes acrescem os clientes de televisão por subscrição que teriam subscrito os canais Sport TV se o preço fosse inferior, ou que teriam subscrito um único canal Sport TV com conteúdos preferidos se a Sport TV o tivesse disponibilizado individualmente.

E podem ainda vir a ser representados todos os clientes da televisão por subscrição, em geral, nos períodos e áreas em que se verificava concorrência entre operadores, mesmo que nunca tenham sido nem pretendessem ser clientes da Sport TV. O número nacional de subscritores cresceu constantemente durante o período em causa, de 1,79 a 3,14 milhões de subscritores.

Para esclarecimentos adicionais:

observatorio.concorrencia@gmail.com