

Consulta pública sobre os mercados 4 e 5

Definição dos mercados do produto e mercados geográficos, avaliações de PMS e imposição, manutenção, alteração ou supressão de obrigações regulamentares

Comentários da Sonaecom – Serviços de Comunicações S.A.

11-08-2008

SUMÁRIO EXECUTIVO

1. A Sonaecom subscreve grande parte da análise e das conclusões do regulador plasmadas no Projecto de Decisão submetido a consulta (designadamente no que toca à definição dos mercados de produto, avaliação de PMS e à constatação de que a regulação grossista é fundamental para assegurar a concorrência no mercado retalhista) mas faz uma análise crítica negativa de diversos aspectos do referido documento.
2. De um modo geral, a análise dos mercados levada a cabo pela ANACOM baseia-se numa visão excessivamente estática de alguns indicadores, desconsiderando aspectos dinâmicos relevantes e a necessária análise prospectiva (nomeadamente no que respeita ao impacto concorrencial da evolução para as Novas Redes de Acesso em fibra óptica, bem como do processo de remotização de centrais desencadeado pela PT Comunicações (“PTC”) e que está directamente relacionado com o lançamento da sua oferta *meo*).
3. A Sonaecom considera prematura e inadequada, por diversos motivos, a segmentação geográfica proposta pela ANACOM – baseada na distinção entre ‘áreas C’ e ‘áreas NC’ – relativamente ao mercado retalhista de acesso em banda larga e ao mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga (mercado 4).
4. A ANACOM sobrevaloriza as potencialidades pró-concorrenciais do actual modelo OLL, mas não analisa se as actuais condições no âmbito da ORALL asseguram a sustentabilidade a prazo (e a possibilidade de expansão) das ofertas comerciais dos OPS co-instalados.
5. Por outro lado, o Projecto de Decisão encontra-se desactualizado quanto a alguns desenvolvimentos recentes da maior relevância, como (i) o facto de que, pela primeira vez, no 2º trimestre de 2008, as linhas de desagregação do lacete local registaram desligamentos líquidos, invertendo a tendência positiva (crescimento do volume de lacetes desagregados) até agora verificada; (ii) a oferta *triple Play* do Grupo PT (*meo*) atingiu, em menos de 9 meses, uma base de clientes de serviços de banda larga (116 mil acessos) superior a 40% do total de acessos desagregados por todos os OPS ao longo de 3 anos (cerca de 280 mil acessos no final de 2007).
6. A unidade geográfica de referência seleccionada pela ANACOM, em função dos pontos de atendimento (MDF principais) da rede da PTC, não constitui uma unidade territorial homogénea ou estável, designadamente tendo em conta o já referido processo em curso de instalação de unidades remotas pela PTC e remotização de lacetes. À medida que a PTC vai deslocalizando a rede até pontos de atendimento intermédios situados

em novos armários de rua¹ (processo sobre o qual os OPS não dispõem de qualquer informação) o mercado potencial ao alcance dos OPS co-instalados, e a dimensão média dos actuais pontos de atendimento, vão-se tornando cada vez menores.

7. Acresce que a existência e disseminação de pontos de atendimento intermédios, construídos pela PTC entre o cliente final e as suas centrais de rede, subtrai a totalidade dos lacetes deslocalizados à zona de influência do MDF respectivo, pelo que, não tendo os OPS condições para se co-instalarem nestes pontos, os mesmos constituem – designadamente nas denominadas ‘áreas C’ – autênticas ‘áreas sombra’ em que só estão presentes a PTC e, em princípio, um operador de cabo. Por conseguinte, estas zonas são (pelo efeito de esvaziamento dos MDF disponíveis para acesso desagregado) em tudo equiparáveis às denominadas ‘áreas NC’.
8. Ao nível da dimensão do produto dos mercados 4 e 5, o Projecto de Decisão sobrevaloriza a importância dos constrangimentos indirectos identificados na medida em que não existe (nem se afigura tecnicamente possível) uma solução de acesso grossista sobre o cabo, nem os OPS co-instalados estão em condições de disponibilizar serviços grossistas alternativos com uma cobertura estável e, muito menos, nos novos pontos de atendimento.
9. Os critérios adoptados pela ANACOM na segmentação geográfica do mercado 5 divergem da prática decisória de outras ARN. Por exemplo, enquanto a ANACOM delimita as denominadas ‘áreas C’ em função da presença, nos pontos de atendimento actuais, de apenas 3 operadores, a OFCOM seguiu um critério mais restritivo na selecção das zonas geográficas em que veio a concluir pela inexistência de PMS da BT neste mesmo mercado, exigindo: (i) a presença actual de 4 ou mais operadores, ou (ii) presença previsional de 4 ou mais operadores, desde que o ponto de atendimento assegure uma cobertura de pelo menos 10.000 clientes.
10. Por seu turno, a ARCEP optou recentemente (decisão de 24.7.2008) por manter, a respeito do mercado 5, uma delimitação geográfica de âmbito nacional, em atenção a diversos factores que se assemelham às circunstâncias actuais do mercado português, não tendo tal opção suscitado objecções por parte da Comissão Europeia.
11. A Sonaecom subscreve a análise e definição de mercado da ANACOM, bem como a avaliação de PMS, relativamente ao mercado 4, e concorda com a opção de manutenção das actuais obrigações regulamentares sobre o Grupo PT, que considera imprescindíveis.
12. Quanto à obrigação de disponibilização aos OPS de informação detalhada e atempada sobre evoluções na rede de acesso, a incidir sobre os itens de informação descritos no final do ponto 6.2.4.2 (págs. 114-115), a Sonaecom considera manifestamente positiva

¹ Cerca de 10.000 armários de rua segundo informou a ANACOM no âmbito da Consulta sobre as Novas Redes de Acesso.

- a imposição desta obrigação embora discorde, face à urgência e indispensabilidade do acesso a esta informação por todos os OPS, da opção de remeter para documento autónomo a concretização do respectivo ‘detalhe’.
13. Para além da referida obrigação de informação, a Sonaecom considera indispensável a imposição de obrigações específicas à PTC no sentido de (i) garantir o acesso aos pontos de atendimento existentes (designadamente através de uma oferta de fibra escura sempre que não exista espaço na conduta de ligação ao PA) e; (ii) regular a criação de futuros pontos de atendimento remotos, assegurando, nomeadamente, um dimensionamento mínimo (de modo a suportarem a instalação de equipamento pelos OPS co-instalados).
 14. A Sonaecom considera ainda indispensável, no contexto do mercado 4, que a ANACOM utilize o presente processo de análise de mercados e imposição de obrigações para solucionar urgentemente as deficiências estruturais que limitam a operacionalidade da ORALL, definindo, simultaneamente, um conjunto de linhas de força tendentes à revisão da ORAC PT (cumprimento de obrigações da PTC em matéria de cadastro; alargamento do âmbito da oferta a postes; automatização de processos, etc.). O regulador deverá impor à PTC, como princípio transversal, a disponibilização de condições aos operadores alternativos em equivalência de acesso, tendo em vista, a prazo, a implementação de um modelo de separação funcional relativamente às infra-estruturas de rede do incumbente.
 15. No que respeita ao mercado 5, a Sonaecom discorda da segmentação geográfica proposta pela ANACOM e, por conseguinte, considera inadequados – relativamente às denominadas ‘áreas C’ – quer a proposta supressão das obrigações que impendem sobre o Grupo PT quer o período transitório de 1 ano sugerido pelo regulador.
 16. A remoção no prazo sugerido das obrigações de acesso e utilização de recursos de rede específicos será fortemente prejudicial às condições de concorrência nas zonas correspondentes às ‘áreas C’ pois os OPS co-instalados não têm condições para replicar a actual oferta Rede ADSL.PT com base na ORALL (quer porque a cobertura das suas redes não é equiparável e não se estende aos pontos de atendimento remotizados da PTC, quer porque certos aspectos – e.g. níveis de serviço – não são equivalentes).
 17. Assim, contrariamente às expectativas do regulador, não existe actualmente nem se perspectiva que possa vir a existir nas actuais condições concorrência potencial neste mercado grossista de acesso em banda larga, o que determina, igualmente, a necessidade de manutenção das demais obrigações subjacentes à oferta Rede ADSL.PT, nomeadamente em matéria de não discriminação (sem o que a PTC terá incentivos para degradar a qualidade de serviço aos OPS) e controlo de preços (de modo a obviar aos efeitos prejudiciais da prática de promoções ‘permanentes’ e de períodos de fidelização longos – e.g. 24 meses – pelas empresas do Grupo PT).

18. Por último, a Sonaecom considera necessário reforçar as obrigações impostas ao Grupo PT no âmbito do mercado 5 de modo a prevenir o efeito de market foreclosure decorrente do actual processo de remotização da rede da PTC, configurando como soluções possíveis a disponibilização de uma oferta de fibra escura sem custos acrescidos para os operadores beneficiários (de modo a assegurar condições de desagregação aos OPS co-instalados na central de origem dos lacetes remotizados) ou, em alternativa, a garantia de uma oferta bitstream que permita a replicação das ofertas lançadas pelo Grupo PT a partir dos novos pontos de atendimento (incluindo a actual oferta triple Play – meo).

Introdução

A Autoridade Nacional de Comunicações (“ANACOM”) lançou no passado dia 30 de Junho uma consulta pública sobre o Projecto de Decisão relativo à análise do mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo e do mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga, os mercados n.ºs 4 e 5 identificados pela Comissão Europeia na sua Recomendação revista sobre os mercados relevantes (“Recomendação”)².

Na presente pronúncia, a Sonaecom – Serviços de Comunicações, S.A. (SONAECOM) analisa as principais conclusões do Projecto de Decisão posto a consulta, acompanhando a sistematização deste documento: (i) as definições de mercado propostas pela ANACOM, tanto da perspectiva do produto como da sua dimensão geográfica; (ii) em seguida, a análise da respectiva estrutura, visando determinar se existe ou não um poder de mercado significativo (“PMS”); (iii) por fim, a análise (condicionada pelas conclusões previamente atingidas quanto à existência de PMS) relativa à necessidade de impor, manter, alterar ou suprimir obrigações regulamentares sobre a empresa identificada como tendo PMS.

Na generalidade, a Sonaecom subscreve grande parte das principais linhas de análise constantes do Projecto de Decisão da ANACOM.

No entanto, diversos aspectos (e pressupostos) da análise do regulador suscitam fundadas dúvidas e, conseqüentemente, uma apreciação crítica negativa, em particular no que respeita à segmentação geográfica de mercados apresentada pelo regulador:

- A Sonaecom considera prematura e inadequada a segmentação geográfica dos mercados retalhista e grossista (mercado 5) de fornecimento de acesso em banda larga que é proposta pela ANACOM.
- A identificação de zonas distintas (áreas ‘NC’ e ‘C’) em função de alegadas diferenças nas condições de concorrência existentes em cada uma delas desconsidera completamente, na perspectiva da Sonaecom, a análise das condições estruturais necessárias à sustentabilidade dos níveis de concorrência identificados, em particular no que respeita aos operadores co-instalados em centrais da PTC.
- A ANACOM não entra em linha de conta com diversos factores relevantes, entre os quais:

- o facto de apenas muito recentemente (2005), e no seguimento de sucessivas e numerosas intervenções do regulador, terem passado a existir condições de acesso minimamente viáveis (em termos operacionais e económicos) no âmbito da ORALL;

² Recomendação 2007/879/CE, de 17 de Dezembro, JO L 344/65 de 28.12.2007.

- o facto de a rede de cobre gerida pela PTC estar a ser actualmente objecto de reestruturação, com a remotização de centrais e instalação de novos pontos de atendimento (“PA”), sem que a PTC disponibilize aos OPS qualquer informação sobre os novos PA;

- o risco daí decorrente de que venha a produzir-se um efeito de ‘esvaziamento’, ou esgotamento, dos actuais MDF da rede da PTC aos quais é disponibilizado acesso nos termos da ORALL.

- Os dados de mercado mais recentes demonstram como as ofertas retalhistas alternativas de acesso em banda larga, designadamente as que se baseiam na desagregação de lacetes ao abrigo da ORALL, revelam ainda uma assinalável fragilidade (entre outros motivos devido às deficiências e assimetrias de informação que caracterizam aquela oferta de referência).
- As contas recém-publicadas do Grupo PT relativas ao 1º semestre de 2008³ são explícitas a este respeito – «*Em particular, as linhas de desagregação do lacete local registaram desligamentos líquidos no trimestre*» (cf. pág. 16) – pelo que não deverão ser sobrevalorizadas as quotas de mercado imputadas pela ANACOM aos operadores co-instalados. Com efeito, o 2º trimestre de 2008 marca o primeiro momento em que se regista uma quebra no volume global de linhas desagregadas, invertendo a tendência até aqui verificada (redução de 6 mil lacetes face ao trimestre homólogo de 2007).
- A mesma fonte é igualmente esclarecedora quanto ao impacto da oferta *triple Play* do Grupo PT, nos últimos meses, sobre a concorrência, já que confirma que grande parte dos clientes que têm aderido à oferta *meo* corresponde a clientes conquistados a outros operadores: «*A nova estratégia de triple-play está a demonstrar ser um meio bem sucedido para fazer crescer novos clientes, uma vez que 50% dos novos clientes de IPTV são novos clientes para a PT, dado que não subscreviam qualquer outro serviço da PT*» (cf. pág. 17).
- Acresce que o Projecto de Decisão evidencia deficiências de análise prospectiva, não sendo devidamente relevado, por exemplo, o facto de as actuais infra-estruturas de rede (incluindo as actuais redes de distribuição por cabo) virem a ser, no curto/médio prazo, objecto de *upgrade* ou substituição por redes em fibra óptica, no contexto da evolução para as Redes de nova geração (RdNG). Esta evolução não deixará de ter impacto na evolução do mercado potencial associado a cada ponto de atendimento e, consequentemente, na sustentabilidade da concorrência existente em cada um desses pontos.
- A proposta de segmentação geográfica entre zonas distintas com base numa unidade geográfica correspondente aos ‘pontos de atendimento’ da PTC ignora, ainda, a questão da dimensão mínima (i.e. número de clientes abrangidos) que os referidos PA’s deverão ter para viabilizar o investimento e presença dos OPS actualmente co-instalados nas centrais de rede da PTC.

³ Disponíveis em http://www.telecom.pt/NR/rdonlyres/F2932B0F-9CBD-416F-B23B-009914F6B0F1/1416422/PT_2Q08_P.pdf

- Por último, a proposta de diferenciação entre dois conjuntos de áreas geográficas (as áreas 'NC' e 'C') comporta um acréscimo de complexidade no acompanhamento dos mercados em questão e na fiscalização das obrigações regulamentares impostas.

Existe, hoje, um risco sério de que as condições que permitiram que a concorrência identificada pela ANACOM emergisse gradualmente, ao longo dos últimos 2/3 anos, possam ser fragilizadas, o que põe em causa os pressupostos valorados pela ANACOM na análise que faz dos mercados retalhista e grossista de fornecimento de acesso em banda larga (mercado 5).

A ANACOM baseia o essencial da sua análise dos mercados de acesso em banda larga na visão, estática, de alguns indicadores na actualidade, quando deveria analisar em particular a dinâmica concorrencial (e regulatória) que determinou a evolução destes mercados ao longo dos últimos anos e as circunstâncias que irão condicionar o seu desenvolvimento futuro.

Quanto ao mercado grossista do fornecimento de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo, a Sonaecom considera genericamente adequada a posição da ANACOM quanto à definição do mercado e análise de PMS, sendo positiva a manutenção das obrigações regulamentares actualmente em vigor bem como a imposição de algumas obrigações adicionais (embora discorde da opção de remeter para «*documento autónomo*», em data indeterminada, o 'detalhe' associado a algumas das obrigações impostas, tais como a disponibilização aos OPS, pela PTC, de informação detalhada e atempada sobre evoluções na rede de acesso – cf. págs. 114-115, e tabela 30 – ou, mesmo, as obrigações associadas ao acesso a ofertas de fibra, matérias que assumem uma importância fulcral para os OPS).

Analisa-se, em seguida, as várias matérias analisadas no âmbito do Projecto de Decisão.

A. DEFINIÇÃO DO MERCADO RETALHISTA DE BANDA LARGA

Seguindo a Recomendação, o Projecto de Decisão parte da análise do mercado retalhista de acesso em banda larga, sendo que, a não existir concorrência efectiva neste mercado na ausência de regulação *ex ante* devido à existência de PMS por um ou mais operadores, esta situação deverá ser remediada, preferencialmente, através da imposição de obrigações regulamentares nos dois mercados grossistas conexos, objecto da consulta em curso.

A.1. Mercado do produto

Na perspectiva do **mercado do produto** relevante, a ANACOM conclui que o mercado retalhista de banda larga abrange tanto os serviços de acesso através de ADSL como através de modem de cabo, que são considerados substituíveis entre si (tendo em conta a semelhança entre as respectivas características, funcionalidades e preços), prestados tanto a clientes residenciais como não residenciais (esta distinção perde importância na medida em que estes serviços se dirigem essencialmente a clientes residenciais). Tendo em conta, por sua vez, a sua limitada substituíbilidade (devido às diferenças de velocidade, preços e limites de tráfego), os serviços em banda larga móvel não são incluídos neste mercado.

A Sonaecom subscreve, em geral, estes critérios de agregação de serviços seguidos pela ANACOM, em função da respectiva substituíbilidade, na delimitação do mercado do produto.

A.2. Mercado geográfico

Já a definição do **mercado geográfico relevante** no segmento retalhista merece uma apreciação negativa por parte da Sonaecom porquanto a ANACOM parece não ter apreendido de modo exacto a dinâmica concorrencial subjacente às ofertas de serviços de banda larga actualmente disponíveis no mercado.

Apesar de tradicionalmente este mercado ser caracterizado como nacional (em resultado da área coberta pela rede do operador incumbente), a ANACOM sugere que alguns desenvolvimentos ocorridos recentemente – expansão da Oferta de Lacete Local (“OLL”) e do número de acessos desagregados; entrada de novos operadores; *spin-off* da ZON Multimédia – *«indicam a existência de condições concorrenciais diferentes a nível geográfico o que poderá justificar que a definição do mercado geográfico relevante no caso em apreço já não corresponda ao território nacional»* (cf. pág. 40).

Em particular, a ANACOM assinala – no contexto do desenvolvimento da OLL e da expansão de cobertura das redes de distribuição por cabo – a existência de *«variações geográficas de preços»* (cf. pág. 41) entre as diversas ofertas retalhistas.

Como unidade geográfica de referência, a ANACOM opta pelos pontos de atendimento (“PA”) da rede da PTC, e analisa as áreas cobertas pelos PA consoante estejam igualmente cobertas por redes de distribuição por cabo e/ou existam nas mesmas outros operadores co-instalados (recorrendo à OLL), observando as diferentes pressões concorrenciais exercidas sobre a PT (através da análise das respectivas quotas de mercado) caso os operadores de cabo e/ou os operadores co-instalados estejam ou não presentes nessas áreas.

A conclusão a que chega a ANACOM aponta para a existência de condições homogêneas de concorrência em duas situações, o que leva à definição proposta de dois mercados geográficos distintos:

Um mercado que compreende as áreas cobertas pelos PA onde existe pelo menos um operador co-instalado e, pelo menos, um outro operador de redes de cabo, desde que a percentagem de alojamentos cablados pelo principal operador de cabo no concelho em causa seja superior a 60%, designado por **mercado retalhista de acesso em banda larga nas ‘áreas C’** (150 PA⁴, no qual se incluem 900 mil acessos, ou seja 55% do total de acessos em banda larga em Portugal no fim de 2007);

Um outro mercado, que compreende as áreas cobertas pelos restantes PA do País (501 PA, com 700 mil acessos, 45% do total), designado por **mercado retalhista de acesso em banda larga nas ‘áreas NC’**.

É precisamente esta conclusão favorável a uma segmentação geográfica que a Sonaecom considera fortemente questionável, não se afigurando, em sua opinião, que existam motivos para abandonar – desde logo no segmento retalhista dos serviços de acesso em banda larga – a delimitação geográfica de âmbito nacional.

a) As alegadas variações de preços não são demonstradas

Em primeiro lugar, não se descortina no Projecto de Decisão informação concreta suficiente que permita concluir pela existência das já referidas «*variações geográficas de preços*».

A ANACOM afirma apenas, sem fundamentação específica aparente, que «com o desenvolvimento da OLL e com a expansão da área de cobertura das redes de distribuição por cabo, as respectivas ofertas de retalho têm vindo a apresentar preços significativamente inferiores às restantes ofertas de acesso em banda larga, nomeadamente aquelas suportadas na oferta grossista ‘Rede ADSL PT’» (cf. pág. 40).

No entanto, a ANACOM refere-se em momento anterior (no contexto da inclusão das ofertas por ADSL e por modem de cabo no mesmo mercado de produto) à «*semelhança entre as características e funcionalidades e níveis de preços das ofertas de acesso à Internet em banda larga por ADSL e por modem de cabo*» (cf. pág. 32), e sublinha que «*para intervalos*

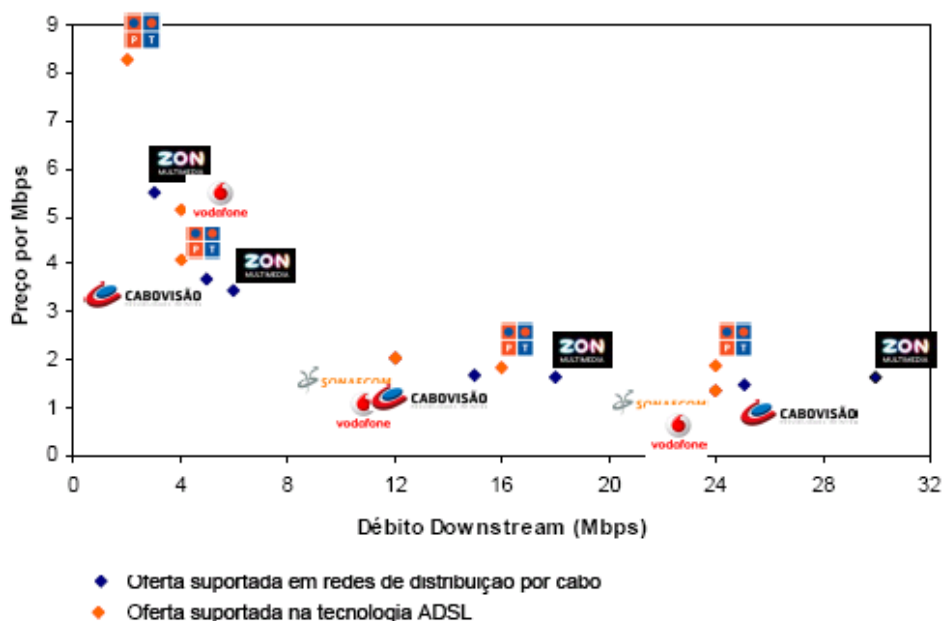
⁴ Estes Pontos de Atendimento referem-se apenas aos PA’s principais aspecto que, como se verá adiante, é determinante em toda a análise efectuada pelo regulador.

semelhantes de débitos ‘downstream’ disponibilizados, o preço por Mbps apresenta valores também semelhantes, independentemente de se considerarem as ofertas suportadas na tecnologia ADSL ou em redes de distribuição por cabo» (cf. pág. 33, remetendo para os dados do gráfico 10).

E nos pontos do documento directamente relacionados com a delimitação geográfica do mercado a ANACOM assinala apenas (cf. Tabela 11, pág. 46) alguns exemplos de evolução de certas ofertas de banda larga entre 2004 e 2008 (neste último caso com base em dados recolhidos em Fevereiro de 2008).

Não são fornecidos dados concretos, porém, que permitam aferir efectivamente da alegada diferenciação de preços por área geográfica.

Figura 1 – Preços (relativos) e débitos das ofertas de acesso em banda larga suportadas em modem de cabo e ADSL



Fonte: ANACOM

Este gráfico demonstra que a PT, ao estabelecer o preço, estabelece-o de modo uniforme para todo o território, o que conduz à conclusão de que não existe uma resposta específica para as zonas ULL.

Por outro lado, ao analisar a existência de PMS nos mercados retalhistas, a ANACOM volta a reportar-se a dados que reflectem uma grande homogeneidade de preços retalhistas, independentemente da localização geográfica.

Assim, na análise de PMS nas denominadas ‘áreas C’ (cf. ponto 3.3.1.5, pág. 67), a ANACOM assinala, referindo-se às ofertas comerciais de acesso em banda larga elencadas na tabela 20, que «Comparando as várias ofertas existentes no mercado e os respectivos preços... verifica-se

a existência de um leque variado de ofertas com preços razoavelmente semelhantes.
(sublinhado nosso).

O mesmo ocorre no âmbito da análise correspondente às 'áreas NC' (cf. ponto 3.4.1.5, pág. 73), em que a ANACOM assinala novamente uma homogeneidade de preços – designadamente por referência aos preços do operador incumbente – que contraria as alegadas variações geográficas tidas em conta na segmentação geográfica dos mercados retalhistas.

A ANACOM refere neste contexto que: «Uma vez que a PTC tem praticado uniformidade tarifária, as reduções de preços que têm ocorrido nas ofertas retalhistas de acesso em banda larga do Grupo PT nas 'áreas C' são também extensivas às 'áreas NC'» (cf. pág. 73).

Para além disso, e tanto quanto é do conhecimento da Sonaecom, a PT apenas recentemente – em Junho de 2008 – deu início ao lançamento de ofertas *retalhistas* de banda larga (na modalidade Naked ADSL) diferenciando preços em função da área geográfica, mais precisamente oferecendo promoções aos clientes localizados nas designadas 'Zonas SAPO'. Como é do conhecimento da ANACOM⁵, as ofertas em questão configuram, no entendimento da Sonaecom, a violação de obrigações regulamentares que incidem sobre o Grupo PT. Para além disso, não sendo conhecido o perímetro territorial das referidas zonas SAPO, torna-se impossível a sua utilização na identificação geográfica das alegadas variações de preços retalhistas.

b) A ANACOM desconsidera as limitações do actual modelo OLL

Em segundo lugar, embora fundamente grande parte da sua análise nas potencialidades pró-concorrenciais da oferta de acesso desagregado ao lacete local (ORALL), a ANACOM não considera quer as deficiências estruturais que continuam a minar a efectividade desta oferta quer a evolução mais recente no que respeita ao crescimento do volume de linhas desagregadas.

O texto é claro, a este respeito, ao afirmar que «o principal agente dinamizador da concorrência neste mercado de produto tem sido a OLL – tal observa-se, por exemplo, nas quotas de mercado marginais nas zonas onde existe OLL, já que os OPS com ofertas de retalho suportadas na OLL foram responsáveis por mais de 50% dos novos acessos em banda larga registados entre o final de 2006 e o final de 2007» (cf. pág. 45).

O regulador prossegue dizendo que «Esta maior pressão concorrencial é explicada principalmente quando se considera o fornecimento conjunto de vários serviços (banda larga, Internet, televisão) – que é o que está em causa, nomeadamente no caso das ofertas das redes de distribuição por cabo e das ofertas suportadas no lacete local (do Clix) ..., já que quando se

⁵ Cf. Pedido de suspensão imediata das ofertas 'Internet sem assinatura telefónica (Cliente PT)' e 'Internet sem assinatura telefónica (Novo Cliente)' apresentado pela Sonaecom a 18.6. 2008.

analisa o preço do serviço de acesso em banda larga isolado, o mesmo não é muito distinto nas ofertas baseadas no lacete local e nas redes de distribuição por cabo» (idem).

A importância das ofertas *triple Play* é indesmentível. Por isso mesmo teria sido essencial que a ANACOM entrasse em linha de conta com o impacto da oferta *meo* do Grupo PT que, nos últimos 6 meses, tem registado níveis de adesão massiva de novos assinantes.

O Projecto de Decisão assinala apenas que a oferta *triple Play meo*, lançada no último trimestre de 2007, contava já 21 mil acessos no final desse ano e atingiu recentemente os 100 mil clientes (cf. pág. 20).

Ora, segundo as contas da PT relativas ao 1º semestre de 2008, no final de Junho deste ano a base de clientes subscritora da oferta *meo* já atingia 116 mil clientes: «*As adições líquidas do serviço de TV por subscrição ascenderam a 70 mil novos clientes no trimestre, com a PT a mais do que duplicar a sua base de clientes para 116 mil..., um desempenho assinalável tendo em conta que o serviço de IPTV foi lançado no 4T07 e o serviço de satélite em Abril de 2008*» (cf. pág. 17 do referido documento, sublinhado nosso).

Tendo em conta que, segundo a ANACOM, no final de 2007 «o número de acessos em banda larga suportados na OLL ultrapassou os 280 mil, o que compara muito favoravelmente com os menos de 8 mil acessos que existiam no final de 2004» (cf. pág. 23), constata-se que a PT, com a oferta *meo*, atingiu, em menos de 9 meses, um número de clientes de serviços de acesso em banda larga superior a 40% do total de acessos desagregados por todos os OPS ao longo de 3 anos. A manter-se, aliás, o ritmo de angariação de 70 mil acessos por trimestre, a PT necessitaria apenas de 12 meses para igualar e exceder os cerca de 280 mil acessos baseados na ORALL.

Esta dinâmica concorrencial no mercado retalhista – que demonstra como o operador incumbente, verticalmente integrado, continua a ter uma vantagem importante no *roll-out* de ofertas comerciais e na captação de clientes (quanto mais não seja porque apenas a PT dispõe de informação pormenorizada sobre a localização e comprimento dos lacetes mais aptos a suportar as funcionalidades da oferta *triple Play*) – não é discutida nem enquadrada pela ANACOM no Projecto de Decisão, limitando-se o regulador a apontar a oferta grossista OLL como instrumento potenciador da concorrência nos serviços de acesso em banda larga.

No entanto, os indicadores mais recentes desmentem as potencialidades e a solidez imputadas ao actual modelo OLL: como se referiu já, **a PT informa, nas suas contas semestrais do 1º semestre de 2008, que «as linhas de desagregação do lacete local registaram desligamentos líquidos no trimestre»** (cf. pág. 16, sublinhado nosso), tendo havido um decréscimo na ordem dos 6.000 lacetes face ao trimestre homólogo de 2007, o que ocorre pela primeira vez e inverte a tendência ininterrupta que se verifica desde 2005.

Com a agravante de que 50% dos novos clientes de IPTV são novos clientes para a PT, dado que não subscreviam qualquer outro serviço da PT. Ora, apesar de ser provável que uma parcela destes novos clientes fosse, anteriormente, assinante da ZON Multimédia, a verdade é

que uma proporção significativa deste universo corresponde a clientes que, até agora, subscreviam ofertas de OPS co-instalados ao abrigo da ORALL.

Em todo o caso, esta tendência evidencia, claramente, as dificuldades para concorrer de modo efectivo no mercado das ofertas *triple Play* com recurso às infra-estruturas disponibilizadas pela PTC nos termos da ORALL. Cada vez mais a oferta de condições retalhistas competitivas para a subscrição de serviços em *bundle* parece estar limitada à PT e à ZON Multimédia, o que não corresponde propriamente ao cenário concorrencial a que alude o Projecto de Decisão.

[INÍCIO DE INFORMAÇÃO CONFIDENCIAL] Como prova destas dificuldades, basta atender ao facto de que a oferta de *triple Play* da PT, *meo*, é a única que, sendo suportada no lacete de cobre, apresenta uma evolução positiva. Não pode deixar de ser sintomático o facto da oferta de *triple Play* da Sonaecom não ter registado uma evolução perceptível em 2008. Tal demonstra a inexistência de condições na ORALL para que uma oferta *multiplay* nela suportada se possa desenvolver de modo sustentável. [FIM DE INFORMAÇÃO CONFIDENCIAL]

Ou seja, a ANACOM pressupõe que as actuais condições disponibilizadas no quadro OLL asseguram a sustentabilidade a prazo das ofertas comerciais dos OPS co-instalados o que, efectivamente, não corresponde à verdade. Por um lado, começa por sublinhar a importância das ofertas *multiplay* para o crescimento do mercado de banda larga mas, logo de seguida, omite qualquer análise sobre as condições que a ORALL apresenta para o desenvolvimento de tais ofertas por parte dos operadores alternativos. A análise prospectiva que se impõe sobre a sustentabilidade da concorrência nas ‘áreas C’ requer, pela própria premissa do regulador, o estudo cuidadoso sobre se os instrumentos dinamizadores da concorrência por si identificados apresentam as condições necessárias para assumirem esse papel de modo sustentado no tempo. Ora, como resulta da análise da evolução recente do mercado, a ORALL não dispõe dessas condições, sendo que o Grupo PT está a aproveitar a desvantagem competitiva que afecta os beneficiários da ORALL para, no mais curto prazo possível, proceder à captura dos clientes desses operadores.

Cumprir referir, a este propósito, que a oferta *meo* se reveste de características lesivas para o desenvolvimento futuro da concorrência por duas vias: por um lado, é suportada em condições de acesso à rede de cobre do incumbente a que nenhum outro operador tem acesso (quer no que respeita a informação sobre a localização e características dos lacetes quer no que respeita a níveis de serviço – veja-se, a este respeito, o referido pela Sonaecom em resposta à Questão 6 da Consulta relativa às NRA) e, por outro, tem subjacente a prática de cláusulas de permanência entre 12 e 24 meses, o que representa uma barreira à mudança adicional para esses clientes.

A situação acima descrita tem consequências que deveriam ser devidamente valoradas, quer em sede da delimitação geográfica do mercado quer no âmbito da análise de PMS (uma vez que, atendendo ao exposto, com toda a probabilidade, os OPS co-instalados representam um constrangimento menos intenso sobre o comportamento da PT e da ZON Multimédia do que é reconhecido pela ANACOM).

c) Os pontos de atendimento seleccionados pela ANACOM não constituem uma unidade geográfica homogénea ou estável

Em terceiro lugar, a unidade geográfica de referência seleccionada – baseada na análise dos pontos de atendimento ('PA') da rede da PTC – não respeita o requisito de que as fronteiras do mercado devem ser «bem definidas e estáveis»⁶, correndo, aliás, o risco de ficar desactualizada a muito curto prazo.

Com efeito, e como a Sonaecom já teve oportunidade de referir nos seus comentários à Consulta pública promovida pela ANACOM sobre Redes de Nova Geração em Portugal, foi apenas através do documento de consulta (e, portanto, no final de Junho de 2008) que a Sonaecom foi informada da aparente existência de 2800 pontos de atendimento e, simultaneamente, cerca de 10.000 armários de rua construídos pela PTC.

Para além deste dado transmitido pelo regulador, desconhecem-se mais pormenores sobre o processo de remotização de centrais e instalação de unidades remotas. A inexistência de informação sobre este processo é um dos principais problemas com que os operadores alternativos se confrontam, pois o processo de instalação de pontos de atendimento remotos corresponde à erosão 'silenciosa' (embora, porventura, mais acelerada do que seria de esperar) do mercado potencial que está ao seu alcance ao abrigo da ORALL.

Refira-se que, em sede de avaliação de PMS no mercado retalhista de acesso em banda larga correspondente às denominadas 'áreas C', a ANACOM assinala que «*Em média, cada central que faz parte deste mercado está ligada a cerca de 8 mil lacetes em utilização o que compara com as restantes centrais que, em média, servem menos de 1 milhar de lacetes em utilização. Assim, é possível neste mercado conseguir custos unitários mais reduzidos*» (cf. pág. 65).

Ora, à medida que o referido processo de deslocalização dos pontos de atendimento e disseminação de armários de rua pela PTC for avançando, é patente que a dimensão média de cada um dos actuais pontos de atendimento (medida pelo número de lacetes pertencentes a cada central de rede) irá diminuindo, o que porá certamente em causa, a curto prazo, a adequação da unidade geográfica de referência escolhida pela ANACOM e, sobretudo, a segmentação geográfica em mercados distintos. Mais, a realização desta análise tendo por base uma média de lacetes por central obscurece o facto de, em muitas dessas centrais, o número de lacetes ser inferior ao referido pelo regulador, o que implica que não apresentam capacidade para expansão das ofertas dos operadores co-instalados. Logo, não constituem um conjunto de pontos de atendimento com condições que possam ser classificadas de homogéneas ou estáveis.

Esta questão surge também na análise das quotas de mercado que a ANACOM apresenta no anexo 2. Efectivamente, e como é referido, o regulador considerou que os serviços de banda

⁶ Cf., a este respeito, o documento do ERG – "Draft common position on Geographic Aspects of Market Analysis (definition and remedies)", de Junho de 2008, pág. 10.

larga prestados pelo Grupo PT são suportados nos MDF's principais. No entanto, tal premissa não corresponde à verdade e tem implicações sérias sobre a contestabilidade dessas zonas.

O processo de remotização atrás referido tem subjacente a passagem de equipamento activo para os pontos de atendimento intermédios que são construídos entre o cliente final e o MDF principal. Em termos práticos, esses pontos constituem “áreas sombra” na zona de influência dos MDF's principais: nenhum operador alternativo se encontra co-instalado nesses pontos de atendimento remotizados e, portanto, a totalidade dos lacetes aí instalados encontra-se nas mesmas condições que os clientes das ‘áreas NC’ onde apenas são servidos pela PTC e pelo operador de cabo presente na zona (e, naturalmente, pelos operadores que utilizem a oferta Rede ADSL.PT).

Ora, de acordo com a própria análise da ANACOM, zonas com estas características constituem zonas não competitivas... A Sonaecom compreende a razão da simplificação do regulador: sem ela, a análise torna-se impossível de realizar. No entanto, não se compreende por que razão o regulador não internalizou na sua análise este problema, daí retirando as necessárias consequências:

(i) por um lado, estas “áreas sombra” dentro das ‘áreas C’ implicam que não exista uma homogeneidade das condições de concorrência dentro destas últimas, e

(ii) por outro lado, as referidas “áreas sombra” têm a clara tendência para aumentar a sua abrangência à medida que o processo de remotização da rede de acesso da PTC acelera, agravando progressivamente a situação já existente de decréscimo crescente da contestabilidade destas zonas.

d) O Projecto de Decisão é incipiente ao nível da análise prospectiva

Por último, o Projecto de Decisão revela algumas insuficiências em matéria de análise prospectiva dos mercados, nomeadamente na medida em que não analisa em detalhe o previsível impacto das futuras redes em fibra óptica (redes de nova geração, ou ‘RdNG’) nem o processo, já hoje a decorrer e atrás referido, da remotização de lacetes como forma de adaptar a rede de acesso da PT para a oferta *meo*.

Neste aspecto, o documento em consulta não quadra com os critérios propostos, por exemplo pelo ERG, em matéria da definição de uma unidade geográfica apropriada: «...*the unit should have clear and stable geographic boundaries which can easily be understood by all market parties. This will usually be the case for political units. The network structure of the incumbent operator, on the other hand, might not be available to all market parties and might also change in the course of time. Therefore, when using the network structure of the incumbent operator as a geographic unit, NRAs should make sure that sufficient information is available to all market parties and should consider the likelihood of future changes in the network structure and their possible impact on the geographic analysis. With the transition to NGA, for*

*example, a phasing out of MDFs may become likely. This needs to be taken into account when the appropriate geographic unit is determined.*⁷ (sublinhado nosso).

É um facto que a ANACOM desenvolve breves considerações quanto às RdNG, mas fá-lo essencialmente em sede de análise de PMS no âmbito do segmento retalhista correspondente às 'áreas C' (cf. ponto 3.3.1.9, pág. 69) e apenas para referir que: (i) a possibilidade de acesso às condutas da PTC é susceptível de facilitar o desenvolvimento de rede própria em fibra óptica pelos operadores alternativos; e (ii) que é expectável que os investimentos em RdNG se concentrem, numa primeira fase, na zona correspondente às 'áreas C' «*que coincide...com os grandes centros urbanos e litoral, zonas de grande concentração de população e actividades económicas*».

Em função disto a ANACOM conclui ser expectável também que «no futuro sejam desenvolvidas ofertas que permitem aumentar a concorrência já existente no mercado».

Enquanto análise do impacto da futura transição para as novas redes de acesso em fibra óptica trata-se, salvo o devido respeito, de uma análise algo escassa e superficial. Os operadores alternativos apenas estarão em condições de desenvolver rede própria em fibra óptica – mesmo nas zonas de grande concentração de população e actividades económicas – se forem salvaguardados os investimentos que já realizaram no âmbito da desagregação do lacete local e se lhes for permitido manter e reforçar a sua massa crítica em termos de clientes, ao abrigo das actuais ofertas grossistas de acesso (ORALL e Rede ADSL.PT), ao longo do processo de 'transição'. Antes que os OPS possam migrar clientes para uma nova rede de acesso em fibra é preciso garantir que dispõem das condições de acesso que lhes permitam manter (e angariar) tais clientes até ao momento de uma futura migração.

Em particular, não parece adequada a conclusão da ANACOM de que a possibilidade de aparecimento de novas ofertas no futuro (sobre acessos locais em fibra óptica) vá «aumentar a concorrência já existente neste mercado». Se não forem garantidas as soluções estruturais necessárias para que os operadores alternativos possam efectuar o *deployment* de fibra óptica (o que, como a Sonaecom já defendeu em sede de consulta pública sobre as RdNG, passa pela implementação de um modelo de separação funcional relativamente às infra-estruturas da rede de acesso local do incumbente), o lançamento de novas ofertas sobre fibra não vai aumentar a concorrência mas, antes, diminuí-la.

Na opinião da Sonaecom, o impacto previsível da transição para as RdNG deverá ser devidamente ponderado – e não o é no Projecto de Decisão –, não apenas em sede de avaliação de PMS mas na própria definição dos limites geográficos do mercado.

Também o impacto do processo de remotização de centrais, na evolução a médio prazo do mercado, não é suficientemente abordado, sendo que o já exposto atrás sobre esta matéria elucida o efeito que tal omissão acarreta.

⁷ Idem, pág. 10.

EM SUMA: a segmentação geográfica proposta pela ANACOM ameaça cristalizar uma determinada noção do mercado retalhista de serviços de acesso em banda larga que não corresponde à realidade do mercado actual nem considera a sua previsível evolução a curto prazo.

No entendimento da Sonaecom e à data de hoje, não existem indícios no mercado que possam suportar uma conclusão do regulador de que as 'áreas C' apresentem condições de evolução no médio prazo distintas das demais. Todos os indícios conhecidos – as ofertas que servem de suporte à expansão das quotas de mercado dos operadores (*multiplay*); as condições dos operadores co-instalados para a sua disponibilização no mercado; o impacto da evolução da rede de acesso da PTC no mercado potencial dos operadores co-instalados; e a inexistência de informação sobre essa evolução – apontam para um decréscimo da contestabilidade do mercado nestas zonas, sendo inequívoco que, nas condições actuais de regulação, a tendência será a de um enfraquecimento da presença dos operadores alternativos em todo o mercado (i.e. regressão da cobertura em todas as zonas).

B. AVALIAÇÃO DE PMS NOS MERCADOS RETALHISTAS DE ACESSO EM BANDA LARGA

O Projecto de Decisão prossegue no respectivo capítulo 3 (págs. 56 e ss.) com a avaliação de PMS nos 2 mercados geográficos a nível retalhista acima identificados.

Aplicam-se a esta parte da análise os comentários críticos expostos *supra*, designadamente no que respeita à inadequação da segmentação geográfica em 'áreas C' e 'áreas NC' proposta pelo regulador.

Na determinação da existência de PMS nos mercados retalhistas identificados, o Projecto de Decisão baseia-se essencialmente na análise das quotas de mercado dos operadores, presumindo, como a Comissão, a existência de PMS quando um operador tem uma quota de mercado superior a 40%. Embora ao longo do documento a ANACOM faça referência a outros factores na avaliação de PMS – como as barreiras à entrada, as redes de vendas e distribuição, o grau de integração vertical, as tendências dos preços ou evidências de anteriores comportamentos anti-concorrenciais – a análise destes factores não é susceptível de afastar a presunção que resulta da quota de mercado da PT.

Na avaliação de PMS nos mercados retalhistas que identifica, a ANACOM recalcula as quotas de mercado dos diversos operadores de modo a anular o efeito decorrente da actual regulação grossista, i.e. tendo em conta que os operadores alternativos não teriam, na ausência de regulação, acesso à oferta grossista Rede ADSL PT ou à ORALL (oferta de acesso desagregado ao lacete local)⁸, com as seguintes conclusões:

⁸ A ANACOM considera aqui duas **hipóteses**: (A) 54% dos acessos de retalho dos OPS suportados nas ofertas grossistas "Rede ADSL PT" são imputados ao Grupo PT e aos operadores que prestam serviços de

- No mercado das ‘áreas C’, tendo em conta (i.e. sem excluir) a actual regulação dos mercados grossistas, a PT tem uma quota de 24% (tendo a ZON 35% e a Sonaecom 27%). Contudo, na ausência de tal regulação, a PT passa a deter uma quota entre 43% e 53% (consoante as hipóteses, A ou B⁹), o que – aliado a uma breve análise dos restantes factores relevantes – leva a ANACOM a concluir pela existência de PMS neste mercado.
- No mercado das ‘áreas NC’, considerando a regulação grossista actual, o Grupo PT tem uma quota de 61%, muito superior às quotas dos restantes operadores (ZON 13%, Sonaecom 10%, Cabovisão 12%), a qual sobe para entre 71% e 73% na ausência de regulação grossista. A análise dos restantes factores “não permite contradizer a presunção de dominância que resulta do cálculo das quotas de mercado”, pelo que a ANACOM conclui que as empresas do Grupo PT detêm PMS também neste mercado.

No que respeita a esta secção do Projecto de Decisão, a Sonaecom subscreve a avaliação de PMS, sendo de salientar que o poder de mercado do Grupo PT (equiparável à detenção de uma posição dominante) continua a verificar-se qualquer que seja a segmentação geográfica seleccionada, i.e. mesmo nas denominadas ‘áreas C’.

No entanto, determinados aspectos de pormenor suscitam algumas dúvidas que conviria esclarecer.

Assim, não são indicados os dados de referência com base nos quais a ANACOM calculou as quotas de mercado dos diversos operadores no cenário que tem em conta a actual regulação grossista (i.e. a fonte dos dados que constam da tabela 17).

A Sonaecom considera questionáveis as conclusões constantes desta tabela 17 – ainda que reportadas às denominadas ‘áreas C’ – segundo as quais, nomeadamente, o Grupo PT teria no final de 2007 uma quota de 24% neste mercado retalhista de acesso em banda larga contra 27% da Sonaecom. Tendo em conta que, segundo as já citadas contas do Grupo PT para o 1º semestre de 2008, a PT contava 667 mil acessos retalhistas ADSL no final do 2º trimestre deste ano¹⁰ enquanto a Sonaecom detinha, no final do 1º trimestre de 2008, apenas cerca de 250 mil acessos em banda larga no total (incluindo já o efeito decorrente da aquisição do negócio residencial da ONI e da Tele2)¹¹, não é claro o processo seguido pelo regulador na base da estimativa (e imputação territorial) destas quotas ali referidas.

Por outro lado, como já se referiu, a ANACOM afirma, quanto às ‘áreas C’, que as centrais que fazem parte deste mercado têm uma dimensão média correspondente a cerca de 8 mil lacetes, o que permitiria a sua exploração pelos OPS com custos unitários mais reduzidos. Neste contexto, seria da maior importância dispor de dados actualizados e fidedignos quanto à

banda larga através de modem de cabo, sendo essa repartição feita tendo em conta o peso dos acessos próprios, i.e., dos acessos que são “realmente” de cada um dos operadores; ou (B) todos os acessos de retalho dos OPS suportados nas ofertas grossistas “Rede ADSL PT” e OLL são imputados ao Grupo PT.

⁹ V. a nota anterior.

¹⁰ Cf. tabela 17 das referidas contas semestrais, pág. 16.

¹¹ Resultados do 1º trimestre de 2008 disponíveis em

<http://www.sonae.com/channelDetailLast.aspx?channelId=7D948408-12DA-458B-9EFA-72DF2179E4C1&schemaId=7FFB69F6-FC3B-476C-88AA-A9FA73545E13>

dimensão efectiva do mercado potencial coberto pelos MDF's actuais da rede da PTC, tendo em conta o processo de remotização em curso.

Na opinião da Sonaecom o Projecto de Decisão efectua uma análise insuficiente a este respeito, ignorando o impacto decorrente daquele processo de reconfiguração dos pontos de atendimento da PTC para a sustentabilidade das ofertas concorrentes baseadas em acessos desagregados. A este propósito, atente-se ao exposto na secção anterior sobre a metodologia utilizada pela ANACOM para análise das quotas de mercado do Grupo PT nas 'áreas C'.

Tendo em conta a existência de PMS no mercado retalhista que corresponde às 'áreas C', a ANACOM conclui que «existem fortes indícios de que a regulação dos mercados grossistas é fundamental para assegurar a concorrência no mercado retalhista uma vez que, na ausência de regulação, a quota de mercado do Grupo PT seria superior a 40%» (cf. pág. 64, sublinhado nosso). No segmento correspondente às 'áreas NC' a ANACOM conclui, do mesmo modo, pela existência de PMS por parte do Grupo PT.

A Sonaecom subscreve a conclusão, que se afigura incontestável, de que o Grupo PT detém PMS na oferta retalhista dos serviços de acesso em banda larga.

C. DEFINIÇÃO DOS MERCADOS GROSSISTAS CONEXOS

A ANACOM segue o entendimento da Comissão de que o acesso aos lacetes locais desagregados (a principal infra-estrutura de rede para os OPS) e o acesso grossista em banda larga (serviço a jusante do acesso à infra-estrutura de rede) constituem mercados distintos, embora devam ser analisados em conjunto.

C.1. Mercado do produto

No que respeita à dimensão do produto do mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga, a ANACOM acaba por concluir (cf. ponto 4.2.1.1, pág. 90) – com base numa análise que foca a existência de constrangimentos indirectos de preços entre o nível grossista e o nível retalhista e inclui, entre os seus pressupostos, o fornecimento interno dos diversos operadores – que este mercado grossista inclui quer os produtos suportados na RTPC quer os produtos suportados na rede de distribuição por cabo.

A ANACOM defende entendimento idêntico no que toca ao mercado de fornecimento grossista de acesso desagregado, incluindo na respectiva definição de produto também as redes de distribuição por cabo, que considera «infra-estruturas alternativas» (cf. pág. 90).

A Sonaecom considera que, nesta matéria, o Projecto de Decisão evidencia uma leitura excessivamente conceptual que, provavelmente, sobrevaloriza a importância dos

constrangimentos indirectos identificados. Veja-se que, não só não existe uma solução de acesso grossista sobre o cabo (aliás a ANACOM, citando a CE, refere que «*a desagregação das redes de cabo não se apresenta como uma possibilidade tecnológica ou economicamente viável*» - cf. pág. 81) como, por outro lado, os OPS co-instalados estão limitados na sua capacidade de garantir o fornecimento de serviços grossistas, na medida em que a cobertura das suas redes não é homogénea (devido às “áreas sombra” já identificadas) nem estável (atendendo ao progressivo esvaziamento das centrais onde se encontram co-instalados e ao facto dos novos pontos de atendimento não oferecerem qualquer garantia de viabilidade, económica ou técnica, da sua desagregação).

Tendo em conta estas limitações, afigura-se algo exagerada a importância conferida às redes de cabo e aos OPS co-instalados enquanto hipotéticas alternativas a nível grossista.

C.2. Mercado Geográfico

Já quanto à dimensão geográfica dos mercados grossistas relevantes, a ANACOM distingue entre o mercado 4 e o mercado 5, nos seguintes termos.

No primeiro caso, relativo ao fornecimento grossista de acesso (físico) à infra-estrutura de rede num local fixo, a ANACOM opta – correctamente – por definir um mercado geográfico de âmbito nacional, isto é, um mercado grossista «*que abrange todo o território nacional*». O regulador considera questionável estender a este mercado grossista a segmentação geográfica que é proposta no retalho atento o facto de os lacetes serem infra-estrutura própria do Grupo PT pelo que, na ausência de regulação «*não haveria à partida operadores co-instalados*» (cf. pág. 93).

Por outro lado, a ANACOM refere que, mesmo que se tomasse em conta a existência de infra-estruturas alternativas que suportassem serviços de banda larga (actualmente, apenas as redes de distribuição por cabo), as estruturas de dois hipotéticos mercados – um composto pelas áreas em que há também redes de distribuição por cabo¹² (em que a PT teria uma quota de 65%), e outro pelas áreas sem redes de cabo (em que a PT teria uma quota de 100%) – não levariam a conclusões diferentes, na medida em que em ambos os casos as quotas da PT estão «*significativamente acima de 40%*».

A Sonaecom considera adequada a delimitação geográfica referida *supra*.

Já no que concerne ao mercado do fornecimento grossista de acesso em banda larga, a ANACOM retoma a metodologia aplicada ao segmento retalhista pelo que considera a existência de dois mercados geográficos a nível grossista (de cobertura territorial idêntica aos segmentos retalhistas correspondentes):

¹² Subjacente a esta análise está a inclusão no mercado grossista de acesso em banda larga de uma presumível oferta grossista do operador de cabo, verticalmente integrado, à sua unidade de retalho.

- O mercado 5-C), correspondente às ‘áreas C’, que abrange a área coberta pelos PA onde existe pelo menos (i) um operador co-instalado e (ii) pelo menos um operador de rede de cabo, desde que (iii) a percentagem de alojamentos cablados do principal operador no concelho em causa seja superior a 60%;
- O mercado 5-NC), correspondente às ‘áreas NC’, que abrange a área coberta pelos restante PA do território nacional.

Neste segundo caso, mais uma vez, a Sonaecom questiona a delimitação geográfica proposta pelo regulador, não sendo muito claros os critérios pelos quais se optou por transpor automaticamente para o mercado grossista a segmentação geográfica – entre áreas C e NC – aplicada ao retalho.

Por um lado, a dependência dos OPS das soluções de acesso grossistas em *bitstream* (oferta Rede ADSL.PT) impostas por via regulatória é paralela à que foi constatada no caso do acesso físico à infra-estrutura de rede num local fixo. Na ausência de regulação também não existiriam as actuais ofertas retalhistas de banda larga baseadas na Rede ADSL.PT, na medida em que as condições técnicas de acesso e os preços (de instalação e mensalidades) que permitiram a emergência destas ofertas foram determinadas por imposição da ANACOM, sendo que os operadores co-instalados, mesmo nas ‘áreas C’, não possuem, como se verá adiante, condições para assegurar nessas zonas uma alternativa real à actual oferta do Grupo PT.

Por outro lado, embora possa tratar-se de matéria mais directamente relacionada com a análise de PMS, não pode a Sonaecom deixar de assinalar que o critério de segmentação subjacente à definição das ‘áreas C’ diverge nalguma medida da prática decisória que se conhece de outras Autoridades reguladoras nacionais (“ARN”) no contexto da análise ao mercado 5.

Com efeito, enquanto a ANACOM se propõe isolar as ‘áreas C’ em função da presença, no universo de pontos de atendimento respectivos, de apenas 3 operadores – a PTC, um operador co-instalado (pelo menos) e um operador de cabo cuja cobertura de rede seja superior a 60% dos alojamentos no concelho – a OFCOM, por exemplo¹³, optou por seguir um critério mais restritivo na selecção das zonas geográficas em que veio a concluir pela inexistência de PMS no mercado grossista de fornecimento de acesso em banda larga. Segundo o regulador do Reino Unido, apenas as áreas correspondentes às centrais de rede da BT com (i) 4 ou mais operadores presentes actualmente e (ii) no caso de a presença de 4 ou mais operadores ser previsual, desde que exista uma cobertura de pelo menos 10.000 lares¹⁴, preencheram os requisitos necessários à conclusão de que não existia PMS.

¹³ Cf. Review of the wholesale broadband access markets – explanatory statement and notification (15.11.2007), e Review of the wholesale broadband access markets – final explanatory statement and notification (21 May 2008), disponíveis em <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/wbamr07/>.

¹⁴ Cumpre aqui reiterar o já exposto atrás: a OFCOM teve o cuidado de garantir que o seu critério origina situações de verdadeira homogeneidade, optando por uma tipificação dos MDF’s em valores absolutos e

Este parâmetro associado à dimensão da área de abrangência do MDF é de particular relevância, na medida que é o elemento de partida para uma análise prospectiva da evolução das condições de concorrência no decorrer do período que precederá a revisão de mercado subsequente. Se não se tomar em consideração este elemento, poder-se-á considerar como competitivo um MDF onde, na realidade, o nível de concorrência está em regressão, dado os operadores suportados na ORALL não poderem continuar a expansão da sua oferta (conforme explicado atrás).

Por outro lado, a decisão do regulador britânico (reflectida na adopção de quatro mercados geográficos distintos no fornecimento grossista de acesso em banda larga – mercado 5) valorou alguns pressupostos inexistentes no cenário nacional. Conforme resulta, por exemplo, dos pontos 3.229 e 3.234 da consulta notificada, em Novembro de 2007, à Comissão Europeia, um dos elementos tidos em conta pela OFCOM foi o facto de a BT proceder à diferenciação geográfica de preços de acesso grossistas (o que não se verifica no cenário existente em Portugal, onde a PT pratica preços uniformes no âmbito da oferta Rede ADSL.PT).

Este ponto, aliás, foi referido pela Comissão Europeia nas suas observações (de 14.2.2008) à notificação daquela consulta: «Ofcom has also provided additional information on pricing which indicates that BT has extended its wholesale price discounting behaviour and that this differentiated wholesale pricing can be observed at a majority of the exchanges in market 3.»

Por sua vez a ARCEP, em decisão recentemente publicada (de 24.7.2008)¹⁵ relativa à análise de mercado e avaliação de PMS no mercado 5, optou por manter uma delimitação geográfica de âmbito nacional. Neste caso, o regulador francês atendeu a factores como a cobertura nacional da rede de acesso em banda larga do incumbente local; o facto de o critério do desenvolvimento das redes (atenta a sua rápida evolução e a necessidade de efectuar uma análise prospectiva), não permitir por ora a partição do território nacional em dois ou mais sub-mercados distintos; e a existência de procura a nível nacional por ofertas grossistas de débitos elevados e muito elevados suportadas sobre rede de fibra.

A Comissão não suscitou objecções a esta análise de mercado geográfica comunicada pelo regulador francês, tendo em conta as circunstâncias específicas referidas e valoradas pela ARCEP. Com efeito, nas observações (de 18.7.2008)¹⁶ à notificação desta consulta, depois de sublinhar alguns aspectos atinentes ao mercado francês – como, por exemplo, a uniformidade tarifária no retalho praticada pela France Télécom: «L'ARCEP souligne en outre que France Télécom a mis en place une stratégie nationale de prix de détail et de produits et qu'il n'existe aucune preuve catégorique qui indiquerait que France Télécom réagit sur une base régionale à

não médios. Efectivamente, a utilização de valores médios leva, inevitavelmente, a zonas heterogéneas que não podem ser agregadas no mesmo mercado. A este respeito cumpre referir que, também o regulador austríaco, na definição das zonas onde imporá diferenciação de obrigações, optou por usar valores mínimos de dimensão e não médios.

¹⁵ Cf. Décision n.º 2008-0836, disponível em http://www.arcep.fr/uploads/tx_gsavis/08-0836.pdf (cf. págs. 16-17).

¹⁶ Cf. comunicação disponível em <http://circa.europa.eu/Public/irc/info/ecctf/library?l=/france/registerednotifications/fr20080780-0781/fr-2008-0780-0781/ FR 1.0 &a=d>.

la pression concurrentielle des opérateurs de câble ou du dégroupage» (cf. pág. 12) – a Comissão Europeia conclui manifestando a sua não oposição à delimitação nacional proposta pela ARCEP porquanto «...il ne semble y avoir à ce stade aucune preuve concluante de l'existence de différences suffisamment établies et stables dans les conditions concurrentielles du marché de fourniture en gros d'accès à la bande large» (idem).

Para uma análise adequada da capacidade de evolução das ofertas dos OPS, haveria também que atender ao desenvolvimento das novas redes de acesso. Como é do conhecimento do regulador, e como já aqui foi dito, a PTC encontra-se a remotizar pontos de atendimento, sendo que a informação divulgada aos operadores sobre esse processo é quase inexistente. A este respeito, é particularmente relevante atender à pouca clareza associada aos conceitos utilizados pela PTC para descrever o processo de desenvolvimento da sua rede de acesso.

Ou seja, para além do processo de desenvolvimento de novos pontos de atendimento, que implica a redução do mercado potencial dos operadores co-instalados, acresce a incerteza subjacente à estrutura de rede da PTC e que deriva da ausência de uma visão transparente e comum entre todos os intervenientes, em particular do operador regulado e regulador, sobre os elementos que constituem a rede regulada (veja-se o caso de, apenas agora – e através da consulta relativa às Novas Redes de Acesso –, ser conhecida a existência de 10.000 armários de rua os quais, no âmbito da regulamentação em vigor, constituem pontos passíveis de desagregação do lacete local e que nunca haviam sido comunicados aos operadores alternativos e que, tudo indica, o regulador também desconhecia).

Neste contexto, conclui-se que a segmentação geográfica proposta não é, claramente, *future-proof* conforme preconizado pela Comissão: “(...) *Due regard should also be given to impediments to entry/expansion within the identified different geographic areas which might influence the ability of alternative providers to exert a competitive constraint. In this context, consideration should also be given to potential risk factors that may undermine the future viability of alternative operators, in particular LLU operators. Such factors could include investments in next generation networks (“NGNs”) which could have potential technical and economic implications for future unbundling.*...” (cf. pag. 8 das observações da Comissão Europeia à notificação da OFCOM sobre o mercado 5).

Os movimentos estratégicos acima referidos, de transição para um cenário de implementação de RdNG em fibra ou, no mais curto prazo, o processo de remotização de lacetes, obrigarão a ANACOM – se as actuais fronteiras geográficas postas a consulta se mantiverem em sede de decisão final – a muito curto prazo, a proceder à revisão desta unidade geográfica, e dos critérios que utilizou para aferir das condições concorrenciais existentes.

Senão vejamos: se as ‘áreas C’ constituem, efectivamente, zonas de concorrência diferentes das ‘áreas NC’, então dever-se-á assumir que o impacto da remoção de regulação deverá ser distinto, de zona para zona.

Em termos estáticos, i.e., atendendo à situação actual do mercado, obtém-se a seguinte situação: caso a eliminação da oferta Rede ADSL.PT ocorra nas ‘áreas C’, é possível equacionar

que os prestadores que nela se suportavam nessas zonas tentarão negociar ofertas semelhantes com os operadores que utilizam a ORALL.

No entanto, para que tal possa suceder, os operadores que utilizam a ORALL terão de estar co-instalados nos pontos de atendimento que servem os clientes dos primeiros, o que nunca sucederá para todos os casos (não nos é possível estimar a percentagem dos clientes que estarão nesta condições, mas é um elemento que o regulador poderá analisar dado deter a informação necessária).

Assim, conclui-se desde logo que a oferta que os operadores suportados na ORALL poderão desenvolver nunca será susceptível, mesmo no imediato, de substituir a oferta grossista da PTC. Logo, novamente se conclui que, as 'áreas C', tal como definidas pelo regulador, não são homogéneas, na medida em que persistem as já identificadas "áreas sombra", que são em tudo semelhantes às áreas 'NC'.

Mas, numa análise prospectiva, o impacto é ainda mais preocupante. Efectivamente, e como já foi referido, será elevado o incentivo para a PTC prosseguir, e reforçar, a actual tendência de remotização dos lacetes (até para responder aos operadores de cabo que, nestas zonas, detêm uma quota retalhista relevante) pois tal processo permitir-lhe-á aumentar a abrangência da sua oferta *triple Play*.

Assim, no médio prazo, serão cada vez em menor número os clientes localizados nas zonas de influência dos operadores co-instalados e, em consequência, a capacidade destes para competir com as ofertas de banda larga dos operadores de cabo e do incumbente será cada vez mais reduzida. Nessa medida, o eventual efeito de substituição da actual oferta grossista da PTC por outras que os operadores co-instalados possam lançar será, cada vez mais, limitado.

Paralelamente, e atendendo às actuais obrigações presentes no mercado 4 (bem como às alterações mínimas apresentadas pelo regulador para esse mercado), a capacidade de co-instalação dos actuais beneficiários da ORALL nos novos pontos de atendimento será cada vez menor, isto é, as áreas de sombra referidas atrás aumentarão, reforçando ainda mais o efeito de transformação das zonas que o regulador designa como 'C' em 'áreas NC'.

Resumindo, tal como foi referido no âmbito do mercado retalhista, também no mercado 5 não existem elementos de facto que permitam concluir pela existência de fronteiras estáveis ou por condições de concorrência homogéneas. Claramente, mesmo a nível grossista, não estão reunidas as condições para que nas zonas de abrangência dos pontos de atendimento principais onde existem operadores co-instalados, se possa considerar que a possibilidade, e muito menos a probabilidade, de emergência de ofertas grossistas realmente alternativas às do incumbente.

Mais, estão reunidos todos os incentivos para que a PTC desenvolva uma estratégia de redução do mercado potencial dos pontos de atendimento principais e, por conseguinte, para o actual quadro de penetração dos serviços dos operadores co-instalados se alterar radicalmente no curto prazo.

Atendendo ao acima exposto, a conclusão da ANACOM sobre a existência de vários mercados geográficos não se adequa à realidade, pois, tal como no caso dos mercados retalhistas, as 'áreas C' não constituem um mercado homogéneo, com fronteiras estáveis e onde se possa concluir pela existência de condições de sustentabilidade dos níveis de concorrência resultantes de uma análise estática. Tais condições apenas estarão reunidas se forem impostas regras ao operador verticalmente integrado no que ao processo de remotização se refere e que, hoje, não existem, o que necessariamente remete a definição de mercados geográficos para a análise de mercados a efectuar daqui a 18 meses.

Sobre este particular, cumpre ainda realçar a diferença estrutural que a situação vivida no Reino Unido representa. O facto de existir uma separação funcional nesse mercado implica, automaticamente, a eliminação dos problemas acima identificados relativamente ao mercado nacional, na medida em que a OpenReach tem os incentivos necessários para garantir condições, nas zonas competitivas, para que os operadores alternativos desenvolvam os investimentos necessários à desagregação de lacetes para a totalidade dos clientes abrangidos nessas zonas. Deste modo, a sustentabilidade da concorrência, mesmo nos casos em que a oferta grossista da British Telecom possa vir a ser descontinuada, encontra-se assegurada (contrariamente à situação existente em Portugal).

D. AVALIAÇÃO DE PMS E IMPOSIÇÃO DE OBRIGAÇÕES NO MERCADO DO FORNECIMENTO GROSSISTA DE ACESSO (FÍSICO) À INFRAESTRUTURA DE REDE NUM LOCAL FIXO

A avaliação de PMS nos dois mercados grossistas (4 e 5) é realizada de modo sequencial: a ANACOM analisa em primeiro lugar o mercado do fornecimento de acesso a infra-estrutura de rede e determina as obrigações regulamentares necessárias para assegurar a concorrência neste mercado. Em seguida, analisa-se o mercado do fornecimento de acesso em banda larga, tendo em consideração, na imposição de eventuais obrigações, os efeitos expectáveis das obrigações já definidas no mercado do fornecimento de acesso a infra-estrutura de rede, na medida em que este último se situa a montante na cadeia de valor.

No mercado do fornecimento grossista de acesso (físico) a infra-estrutura de rede num local fixo, mais uma vez a elevada quota de mercado do Grupo PT (64%, contra 26% da ZON – cf. tabela 27) desencadeia a presunção de PMS, não sendo esta afastada pela análise dos restantes factores relevantes.

A ANACOM conclui pois – correctamente – que o Grupo PT tem PMS no mercado 4, o que leva à análise da imposição ou manutenção de obrigações regulamentares.

Neste contexto, importará apenas assinalar as conclusões da ANACOM quanto à tendência dos preços grossistas relevantes (cf. ponto 5.1.4, pág. 98), segundo as quais «*as únicas ofertas grossistas relevantes existentes na prática (a oferta de acesso a condutas e a OLL), têm visto os seus preços reduzirem-se apenas em resultado da intervenção regulatória*». Isto é elucidativo,

efectivamente, da medida em que os níveis de concorrência existentes continuam a depender de um quadro regulatório adequado.

Quanto à imposição de obrigações regulamentares, o Projecto de Decisão propõe que sejam mantidas todas as obrigações regulamentares que impendem actualmente sobre o Grupo PT neste mercado, o que se considera corresponder a uma análise correcta por parte do regulador.

A Sonaecom subscreve esta medida de manutenção das obrigações em vigor e a constatação que lhe está subjacente de que «é imprescindível manter a obrigação de acesso desagregado ao lacete local que é uma das formas de acesso que mais contribui para a promoção da inovação e do investimento eficiente em infra-estruturas, contribuindo ainda para um compromisso de longo prazo por parte dos operadores que dele beneficiam» (cf. ponto 6.2.2.1, pág. 106).

Para além disso, a ANACOM conclui – no âmbito da obrigação de transparência – pela necessidade de o Grupo PT informar **previamente** os beneficiários da OLL «*com uma antecedência razoável, (i) sobre a data em que pretende instalar um novo ponto de atendimento por forma a que se possa ter em conta, na medida do possível, no dimensionamento do ponto de atendimento, as necessidades de co-instalação (pedidos firmes) dos beneficiários da OLL, (ii) sobre a existência, ou não, de espaço em conduta entre o ponto de atendimento primário e o secundário e (iii) sobre os lacetes a serem deslocalizados*» (cf. págs. 114-116).

Trata-se, neste caso, da imposição de uma obrigação de informação acrescida – que a Sonaecom já vem reclamando há algum tempo – que é essencial ao planeamento de desenvolvimento de rede pelos OPS beneficiários.

Como refere a ANACOM neste contexto, «com a disseminação de pontos de atendimento e a deslocalização de acessos de pontos de atendimento principais para pontos de atendimento secundários, a disponibilização de informação detalhada e atempada sobre evoluções na rede de acesso assume uma importância fulcral, sendo imprescindível para que os OPS possam avaliar o seu impacto e avaliar diferentes opções de investimento» (cf. pág. 114).

No entanto, e não obstante a ameaça que o processo de remotização encerra bem como a importância reconhecida pelo próprio regulador do acesso à informação relevante, a proposta de actuação da ANACOM revela-se insuficiente.

Afigura-se injustificada, designadamente, a opção da ANACOM em diferir a concretização do ‘detalhe’ desta obrigação de informação para um momento futuro indeterminado, referindo que esta questão «*será detalhada em documento autónomo*» (cf. pág. 115). Tratando-se de uma obrigação regulamentar específica dirigida à remoção de obstáculos à concorrência no âmbito do mercado grossista nacional respectivo – que é precisamente um dos focos de análise deste Projecto de Decisão – e sendo notória a urgência em que os OPS tenham acesso a esta informação, o facto de a respectiva concretização poder ser adiada para momento subsequente (através da remissão para documento autónomo) não tem fundamento e corre o

risco de lesar seriamente os OPS que são, actualmente (ou pretendam ser no futuro), subscritores da ORALL.

A este respeito, cumpre ainda salientar que a mera obrigação de informação é insuficiente. Efectivamente, há que garantir (i) que os pontos de atendimento já criados sejam abertos aos operadores alternativos e (ii) a existência de regras para criação de novos pontos de modo a garantir a contestabilidade do mercado por eles abrangido. Sem esta definição, as áreas de sombra já identificadas irão aumentar de dimensão, impedindo o desenvolvimento e consolidação da contestabilidade nos mercados a jusante.

Neste contexto, a Sonaecom considera essencial que o regulador defina, desde já, o âmbito das obrigações específicas que deverão ser desenvolvidas no curto prazo, após conclusão da presente consulta. Estas deverão ser divididas em obrigações associadas ao acesso a pontos de atendimento já existentes e, em seguida, aos novos pontos que ainda serão criados, a saber:

1. Acesso aos pontos de atendimento existentes

- Oferta de fibra escura sempre que não exista espaço na conduta que liga a central de origem ao ponto de atendimento remoto (as condições em que este acesso deverá ser feito, no entendimento da Sonaecom, deverão ser de gratuidade, dados os impactos que a deslocalização oculta de lacetes implica para a sustentabilidade do business plan dos operadores co-instalados)¹⁷;
- Nos casos em que o ponto de atendimento remoto não disponha de espaço para co-instalação: instalação, a expensas da PTC, de um armário no raio de 30 metros, cujo aluguer será suportado pelos operadores co-instalados mas sem repercussão nestes dos custos de setup do mesmo.¹⁸

2. Regras para criação de novos pontos de atendimento

- Dimensionamento mínimo dos novos pontos de atendimento de modo a suportarem o espaço necessário para a instalação de equipamento dos operadores co-instalados (o dimensionamento específico deverá ser alvo de análise em decisão específica, mas deverá tomar em consideração a quota natural de cada operador, atendendo ao número de operadores presentes na central de origem dos lacetes);

¹⁷ Nos casos em que a dimensão dos pontos de atendimento remoto torne inexecutável (quer técnica quer economicamente) a desagregação dos lacetes, esta obrigação deverá ser complementada com uma obrigação específica de *bitstream*, a qual é detalhada adiante no âmbito das obrigações a implementar no mercado 5

¹⁸ Novamente, o objectivo é de anular o impacto da criação “surpresa” do ponto de atendimento remoto, o que implica a manutenção dos custos recorrentes (caso os lacetes não tivessem sido deslocalizados o operador co-instalado manteria sempre o custo do aluguer de espaço na central de origem) mas eliminando o custo de *setup* associado à criação do novo ponto de co-instalação, cuja necessidade apenas se deve à criação pela PTC do novo ponto de atendimento sem acautelar as necessidades de co-instalação dos seus clientes grossistas, directamente afectados pela sua decisão de redesenho da rede.

- Garantia pela PTC de existência de espaço nas condutas que ligam a central mãe ao armário de rua ou, em alternativa, de uma oferta de fibra escura para utilização por terceiros;
- Dimensionamento mínimo dos novos pontos de atendimento, de modo a prevenir a criação de áreas-sombra em que não existam condições de replicação por parte dos operadores alternativos. As excepções a esta regra deverão ser devidamente fundamentadas ao regulador, implicando a imposição de uma obrigação de acesso em bitstream que assegure a replicação das ofertas da PTC suportadas nesse ponto de atendimento. Esta obrigação é detalhada adiante no âmbito das observações relativas ao mercado 5.
- Abertura ao serviço dos novos pontos de atendimento condicionada à disponibilização das condições supra aos demais operadores, as quais deverão ser implementadas com um mínimo de 3 meses de antecedência face à data de abertura comercial pela PTC dos referidos pontos.

Transversalmente aos cenários acima descritos, deverá ser garantido, para qualquer uma das situações acima, um processo de migração de lacetes da central de origem para o novo ponto de atendimento, o qual deverá decorrer a expensas da PTC, à semelhança do que sucede no caso holandês.

Por último, três notas finais, mas de grande relevância para o desenvolvimento a médio prazo da contestabilidade, tanto no mercado 4 como nos mercados que lhe estão conexos:

1. ORALL: esta oferta enferma de graves deficiências que impedem os operadores beneficiários de concorrer, em condições de igualdade, com o Grupo PT. A Sonaecom concorda com os pontos de melhoria identificados pelo regulador, sendo que não pode deixar de referir que todos eles têm vindo a ser alvo de pedidos sucessivos de alteração da oferta por parte da Sonaecom. Adicionalmente, estas alterações são fundamentais para que os operadores co-instalados possam lançar, à semelhança do que a PTC fez no final do ano passado, uma oferta de triple Play competitiva, pelo que a ANACOM deverá assumir na presente deliberação que estes aspectos deverão ser solucionados no prazo máximo de 30 dias a contar da publicação da decisão final da presente consulta.
2. ORAC: o acesso a condutas encontra-se, em Portugal, regulado por esta oferta. Tal como a Sonaecom já teve oportunidade de demonstrar ao regulador, a actual oferta é insuficiente, na medida em que o seu âmbito é reduzido (não inclui o acesso a postes) e os processos associados são discriminatórios. Assim, a deliberação sobre as obrigações a impor no mercado 4 deverá aludir, de modo directo, a estas insuficiências, de modo a esclarecer as linhas de orientação que irão enquadrar as obrigações específicas a introduzir no âmbito desta oferta. Atendendo à experiência recolhida nos últimos anos com esta oferta, bem como às necessidades que o desenvolvimento de rede própria impõe, tanto do ponto de vista processual como

estratégico, o regulador deverá, desde já e à semelhança do que efectuou no caso da ORALL, definir os seguintes eixos de acção:

- a. Cumprimento das deliberações anteriores, nomeadamente no que ao cadastro se refere;
 - b. Alargamento do âmbito da ORAC de modo a incluir expressamente os traçados aéreos (postes);
 - c. Automatização de processos, por via da melhoria das funcionalidades previstas na Extranet actual;
 - d. Revisão do processo de previsões;
 - e. Revisão dos níveis de serviço e processo de aplicação de compensações.
3. Finalmente, a ANACOM deverá, no âmbito do presente processo de análise de mercados, impor o princípio transversal de disponibilização aos operadores alternativos de condições de acesso em equivalência ao que é prestado às demais empresas e serviços do Grupo PT. Esta condição, subjacente ao processo de separação funcional e que é um reforço das actuais obrigações de não discriminação, deverá ser implementada de imediato e conduzir, no decorrer de 2009, à separação funcional das actividades grossistas do Grupo PT que se suportam nos recursos e infra-estruturas abrangidos pelo mercado 4.

E. AVALIAÇÃO DE PMS E IMPOSIÇÃO DE OBRIGAÇÕES NOS MERCADOS DE FORNECIMENTO GROSSISTA DE ACESSO EM BANDA LARGA

E.1. Avaliação de PMS

Na determinação da existência de PMS, a ANACOM começa a sua análise pelas denominadas 'áreas C', procedendo ao cálculo das quotas de mercado, considerando para este efeito tanto os fornecedores actuais (a PT) como os fornecedores hipotéticos de serviços de acesso em banda larga (os operadores de rede de cabo e os operadores beneficiários da OLL, na mesma lógica de fornecimento interno teórico entre os respectivos 'departamento grossista' e 'departamento retalhista' verticalmente integrado).

De acordo com estes pressupostos, o Grupo PT deteria neste mercado uma quota de 26%, a Zon 35%, a Sonaecom 26% e a Cabovisão 9%. Uma vez que nenhuma quota atinge o limiar de 40%, e a análise dos restantes factores não indica o contrário, a ANACOM conclui pela

inexistência de dominância individual no mercado de fornecimento grossista de acesso de banda larga nas denominadas “áreas C”.

A ANACOM investiga em seguida a existência eventual de dominância conjunta. A este propósito, o Projecto de Decisão constata que existem algumas características estruturais do mercado que podem favorecer comportamentos de coordenação entre o Grupo PT e a ZON (apesar do *spin-off*, mantêm-se laços informais entre as duas empresas, bem como uma base accionista comum e relações de interdependência que decorrem de contratos ainda em vigor após o *spin-off*). São apontados outros elementos estruturais do mercado em sentido contrário, isto é, de que, actualmente, não existirá uma posição dominante colectiva, concluindo-se que «*não existem motivos para considerar que existia dominância conjunta entre o Grupo PT e a ZON Multimédia*».

A ANACOM conclui assim que, não existindo PMS, o mercado de fornecimento grossista de acesso em banda larga nas ‘áreas C’ é concorrencial.

Refira-se a este respeito que, para além dos mesmos motivos que justificam a sua discordância global com a segmentação geográfica proposta, e que aqui se consideram, para todos os efeitos, reproduzidos, a Sonaecom considera que, também aqui, alguns aspectos de pormenor não terão sido correctamente equacionados. É o caso, por exemplo, do contrapoder negocial do Grupo PT (equiparado, para este efeito, à ZON Multimédia) que é considerado ‘relativamente diminuído’ por haver, alegadamente, «*para além do Grupo PT, a possibilidade de surgirem outros operadores com ofertas grossistas de acesso em banda larga*». A ANACOM não aduz elementos concretos a este respeito, considerando a Sonaecom que, atendendo ao exposto a propósito da definição de mercados regionais no âmbito do mercado 5, esta possibilidade teórica de novas ofertas grossistas de acesso em banda larga é largamente sobrevalorizada pelo regulador, não tomando em consideração qualquer análise prospectiva da evolução desse mercado, nomeadamente atendendo às restrições que existem e se perspectivam no mercado 4.

Já no que respeita ao mercado correspondente às denominadas ‘áreas NC’, a quota de mercado da PT é calculada em 67%, o que, em conjunto com outros factores – designadamente as elevadas barreiras à entrada e à expansão de outros concorrentes, e a ausência de contrapoder negocial (na medida em que a única oferta disponível é a Rede ADSL PT) – leva a ANACOM a concluir que, nestas áreas, o Grupo PT tem PMS.

E.2.1. Imposição/supressão de obrigações regulamentares

Quanto à manutenção, imposição, alteração ou supressão de obrigações regulamentares, a ANACOM assume opções distintas entre as denominadas ‘áreas C’ e ‘áreas NC’.

Áreas NC

Começando pelo mercado grossista correspondente às 'áreas NC', a ANACOM propõe, desde logo, manter todas as obrigações que actualmente impendem sobre o Grupo PT, o que merece a concordância da Sonaecom.

Por outro lado, o regulador propõe-se impor às empresas do Grupo PT que utilizam a oferta grossista Rede ADSL PT – como medida de acompanhamento da eventual existência de discriminação – uma obrigação de disponibilizar e publicar os indicadores e níveis de desempenho de que efectivamente beneficiam relativamente aos serviços retalhistas que oferecem, designadamente informação relativa a (i) tempos de instalação e (ii) reparação, de acessos de banda larga (cf. ponto 8.2.3.1, pág. 145).

Mais uma vez, lamenta-se que a ANACOM tenha optado por detalhar e concretizar este entendimento «em deliberação autónoma, no âmbito da publicação dos SLA», o que retira operatividade e eficácia à obrigação que se pretende impor.

Áreas C

Quanto ao mercado correspondente às 'áreas C', e por oposição ao acima exposto, a ANACOM propõe suprimir as obrigações às quais se encontra sujeito actualmente o Grupo PT, na medida em que considera que o mercado é concorrencial, pelo que a supressão das referidas obrigações é adequada e não implicará prejuízos significativos, quer para este mercado como para os mercados relacionados.

Embora a supressão integral do elenco de obrigações actualmente em vigor apenas se verifique – salvo algumas excepções, importantes – após um **período transitório de 1 ano** contado da publicação da decisão final sobre a análise destes mercados (e desde que o Grupo PT dê um pré-aviso de 2 meses antes de fazer cessar as ofertas grossistas), a Sonaecom considera inadequados quer o sentido de decisão manifestado (i.e. a extinção das obrigações que impendem sobre o Grupo PT) quer a duração do período transitório sugerido.

Neste contexto, a Sonaecom não pode deixar de reiterar as suas preocupações já acima descritas sobre o efeito que o levantamento, nestas zonas, das obrigações que impendem sobre o Grupo PT terá sobre o mercado. De modo a simplificar a exposição adiante, optou-se, nesta secção, por seguir de perto a estrutura do documento de consulta, pese embora sem distinguir entre as áreas 'C' e 'NC', na medida em que, com a demonstração da inadequação da eliminação das obrigações nas primeiras estar-se-á, em simultâneo, a justificar a manutenção das mesmas no âmbito das segundas.

1. Acesso e utilização de recursos de rede específicos

A ANACOM considera que a eliminação desta obrigação nas 'áreas C' não terá impactos prejudiciais na dinâmica concorrencial das mesmas na medida em que:

- a) A existência de operadores co-instalados nestas zonas viabilizará, em caso de cessação da oferta Rede ADSL.PT pela PTC, o surgimento de ofertas substitutas, o que implicará (i) manutenção de condições de concorrência para os prestadores que se suportavam na oferta bitstream da PT e (ii) eliminação dos incentivos que a PTC tenha para cessar a sua oferta na medida em que verá a sua pressão competitiva no retalho manter-se e perderá receita grossista;
- b) Mesmo que não se verifique o efeito de substituição supra, os actuais beneficiários da oferta Rede ADSL PT poderão subir na escada de investimento e manter as suas ofertas;
- c) As economias de escala subjacentes à rede PTC continuarão a ser partilhadas pelos operadores suportados na ORALL, sendo que os investimentos já realizados no âmbito do mercado 5 também poderão ser aproveitados devido a sinergias com as ofertas que se mantêm nas ‘áreas NC’ e pela manutenção dos serviços internos ao Grupo nas ‘áreas C’;
- d) A descontinuação da oferta Rede ADSL PT apenas afectará 2% do total de acessos de banda larga actualmente existentes nas ‘áreas C’, pelo que o seu impacto é menosprezável.

De modo resumido, a Sonaecom considera que a análise acima descrita é de algum modo contraditória com o exposto pelo regulador no âmbito do mercado 4 e desconsidera, novamente, o processo de remotização de centrais que se encontra em curso. Acresce que não se apresenta uma análise prospectiva das consequências da remoção das obrigações nem se considera a natureza de operador verticalmente integrado da PTC e, em consequência, as interacções que podem resultar das decisões que sejam tomadas no âmbito das infra-estruturas englobadas no mercado 4.

No que se refere à alínea a) *supra*, a Sonaecom reitera o facto de os operadores suportados na ORALL não possuírem os meios necessários para disponibilizar uma oferta que possa ser considerada substituta da Rede ADSL.PT. Tal deve-se ao facto da cobertura das suas redes não ser equiparável, mesmo nas ‘áreas C’. Como já foi referido, o processo de remotização da PTC tem vindo a aumentar as “áreas sombra” no interior dos MDF’s que têm operadores co-instalados.

Aliás, o regulador não analisa se os lacetes suportados na oferta Rede ADSL.PT se situam nos pontos de atendimento que foram alvo de co-instalação pelos operadores alternativos, sendo que o facto de a maioria dos lacetes suportados na oferta Rede ADSL PT serem daqueles operadores demonstra claramente não ser previsível que exista sobreposição de cobertura. Isto é, com a remoção da oferta Rede ADSL.PT os operadores co-instalados não terão cobertura de rede que lhes permita satisfazer a procura destes clientes.

Atente-se que a não abrangência destes lacetes por centrais desagregadas também indicia que os mesmos se suportarão em MDF’s com dimensão que não justifica o investimento, i.e., que não serão elegíveis para investimento com base na ORALL. Também por aqui, a Sonaecom

considera que todos os indícios apontam para a inexistência de condições que permitam, no médio e longo prazo, a expansão da cobertura das redes dos operadores alternativos para estes MDF's (isto, no cenário actual em que não se implementem as medidas preconizadas pela Sonaecom no âmbito do mercado 4).

Novamente, nenhuma análise específica foi efectuada pelo regulador neste contexto sobre se os pontos de atendimento que servem os clientes que serão objecto da descontinuação do serviço têm, previsivelmente, condições de replicabilidade.

Finalmente, é de referir que as condições subjacentes à ORALL não permitem a replicação – como seja no caso dos níveis de serviço – da oferta Rede ADSL PT, remetendo-se a este respeito para as comunicações várias que a Sonaecom tem vindo a efectuar sobre este assunto nos últimos 2 anos.

Atento o acima exposto, a Sonaecom considera que:

- Os operadores co-instalados não têm condições para replicar a oferta Rede ADSL.PT com base na ORALL;
- A PTC não terá qualquer incentivo em manter a oferta Rede ADSL.PT, na medida em que o seu cancelamento nas 'áreas C' significará que o processo de remotização de lacetes será totalmente bem sucedido na criação de pequenos *clusters* monopolistas. Esta situação, apenas trará um maior incentivo para o incumbente aumentar a granularidade dos pontos de atendimento a recuperar, pois poderá suportar os custos acrescidos de uma maior disseminação dos lacetes por via da redução da pressão competitiva.

Em resumo, o argumento do regulador não se apresenta sustentado em nenhum facto de mercado, afigurando-se algo conjectural e injustificadamente optimista.

O argumento seguinte da ANACOM – cf. alínea b) – assinala que, mesmo que não exista o efeito de substituição atrás exposto, os operadores beneficiários da oferta Rede ADSL.PT terão incentivos para subir na escada de investimento.

A Sonaecom tem alguma dificuldade em acompanhar a lógica deste raciocínio na medida em que, como o regulador demonstra, o grosso destas linhas são já fornecidas pelos operadores beneficiários da ORALL. Ora, tal implica que se trata de clientes ligados a operadores que já dispõem de uma rede própria nas 'áreas C' relativamente desenvolvida. No entanto, e até agora, não fizeram o que seria de esperar caso existissem condições para desagregar até aos pontos de atendimento: investir até esses pontos de modo a aumentar a sua margem bruta.

Isto demonstra que os acessos em banda larga em questão estarão instalados em pontos de atendimento onde este investimento, nas condições actuais, não faz sentido, pelo que o raciocínio não é lógico.

Mas se não é lógico para os operadores já co-instalados na zona, muito menos o será para os operadores que não actuam no âmbito da ORALL nestas zonas. Estes serão operadores de nicho (o que parece ser confirmado pelo volume de lacetes em causa) que, com muito menor probabilidade terão condições para investir na ORALL com uma base de clientes inferior a 6.000 clientes...

Adicionalmente, há que considerar que, mesmo que exista essa predisposição por parte desses operadores, com a redução do número de lacetes associado a cada MDF, o potencial de mercado está a reduzir-se rapidamente. Isto é, a capacidade de um MDF suportar múltiplos operadores co-instalados é, graças à política de remotização de lacetes da PTC, cada vez menor, pelo que é contraditório esperar que, no actual contexto regulatório, exista uma dinâmica que favoreça a entrada de novos operadores nos pontos de atendimento da PTC.

Cumprе realçar que, novamente, a ANACOM formula cenários de decisões de investimento sem considerar dados concretos de suporte a tais decisões. Isto é, também esta linha de raciocínio não aparece suportada por factos específicos, contrariando mesmo o pressuposto lógico da racionalidade dos operadores presentes no mercado.

O terceiro argumento invocado pelo regulador afigura-se igualmente frágil. Com ele, a ANACOM parece pretender demonstrar que a eliminação da oferta Rede ADSL PT das ‘áreas C’ manterá um efeito de *spill over* positivo para os operadores presentes nessas zonas através da ORALL. Tal raciocínio poderia fazer sentido caso não se observasse que, cada vez mais, a PTC procede à remotização dos lacetes das centrais. Logo, e como foi referido no ponto anterior, o número de lacetes por MDF encontra-se actualmente numa tendência preocupante de decréscimo.

Aliás, como já se aludiu, a criação de “regulatory free zones” reforça o incentivo da PTC em aumentar o ritmo e abrangência da remotização de lacetes: por um lado aumentará a qualidade do serviço que poderá prestar aos seus clientes¹⁹ e, por outro, diminuirá a concorrência dos operadores que se suportam na ORALL, pois estes novos pontos não terão as condições necessárias para viabilizar os investimentos necessários à sua desagregação.

Em suma, os efeitos de *spill over* preconizados pela ANACOM pertencem, manifestamente, ao plano teórico.

Por fim – cf. alínea d) –, a ANACOM afirma que o efeito da cessação da oferta Rede ADSL.PT será menosprezável. Como é referido no Projecto de Decisão, apenas 2% dos acessos em banda larga presentes nas ‘áreas C’ se suportam nesta oferta.

Neste contexto cumpre questionar o regulador: com o actual processo de remotização – que implica a redução da dimensão dos pontos de atendimento e não assegura condições, técnicas ou económicas, de co-instalação para os operadores alternativos – como é que a ANACOM

¹⁹ Aqui é preciso atender ao argumento da própria ANACOM de que as ofertas *triple Play* são cada vez mais importantes na angariação de novos clientes, pelo que o redesenho da rede de acesso da PTC tenderá a maximizar as condições de prestação deste serviço.

percepciona a evolução nestas zonas, no curto e médio prazo, da penetração dos serviços de banda larga dos operadores que se suportam na ORALL?

Mais: atendendo à evolução que a oferta *meo* do Grupo PT tem vindo a ter no corrente ano, à informação veiculada ao mercado pelo Grupo PT de se ter assistido, pela primeira vez, a um decréscimo do número de lacetes desagregados e aos problemas inerentes à ORALL que impedem os operadores beneficiários de lançar ofertas *triple Play* similares, que conclusões se podem retirar quanto às actuais condições de sustentabilidade da concorrência existentes nas 'áreas C'?

A Sonaecom considera que estas são questões a que a presente consulta não responde embora sejam cruciais para o dimensionamento do impacto das medidas preconizadas. A conclusão da ANACOM de que «(...) *dada a reduzida dimensão de acessos que podem ser efectivamente afectados, o impacto (se existente) da supressão da obrigação em questão será sempre mínimo (ainda que possa ser relevante para cada um dos acessos afectados) e não significativo para o mercado.*(...)» (cf. pág. 158 do Projecto de Decisão) enferma, portanto, de uma incorrecção metodológica, na medida em que, mais uma vez, cinge a sua apreciação a uma visão estática da realidade, não efectuando uma análise dinâmica das consequências que daí poderão advir.

Em síntese, a Sonaecom considera que a análise efectuada pelo regulador é, salvo o devido respeito, inadequada em vários aspectos:

- Não avalia o impacto das decisões propostas de modo prospectivo;
- Não toma em consideração o facto de a PTC ser um operador verticalmente integrado;
- Não toma em consideração a realidade das 'áreas C', isto é, a existência de áreas-sombra que estão na base do entendimento da Sonaecom de que estas zonas não são um todo homogéneo nem têm fronteiras estáveis;
- Não analisa as barreiras à expansão que foram identificadas no mercado 4 e que estiveram na base da imposição de obrigações nesse mercado; isto é, não toma em consideração a previsível interacção dos mercados 4 e 5.

Atento o acima exposto, a Sonaecom reitera o seu entendimento de que é essencial manter e, como se verá, reforçar a regulação existente no mercado 5, tanto nas 'áreas C' como nas 'áreas NC' pois, na sua ausência, assistir-se-á a uma regressão nas condições de contestabilidade no mercado de banda larga nacional.

2. Não discriminação

A este respeito, e tendo por base a remoção da obrigação de acesso, o regulador refere que:

«(...) a existência de discriminação na prestação dos serviços acabaria por não ser lucrativa para a PTC. Este facto, conforme já referido, resulta do facto de a concorrência existente e que se venha a desenvolver a nível grossista não permitir que se ganhe uma posição de vantagem no mercado retalhista devido às acções nos mercados localizados num nível superior da cadeia de valor vertical.

Ou seja, nesta situação, a utilização discriminatória ou retenção de informação, a discriminação pela qualidade, as táticas de atraso e as exigências indevidas, além da possibilidade de discriminação ao nível dos preços, não criaria directamente uma situação de vantagem no mercado retalhista para a empresa que praticasse tais acções. Isto deve-se ao facto de se considerar que os operadores têm condições de servir o utilizador final através de outros meios, não saindo a sua acção prejudicada. (...)» (cf. descrito na pág. 160 da consulta).

A Sonaecom discorda fortemente da análise acima descrita. Como se demonstrou nos comentários à secção anterior, não existe hoje, nem se perspectiva que venha a existir nas actuais condições, concorrência potencial no mercado grossista, atendendo aos problemas anteriormente referidos, de que se destacam a ausência de cobertura equivalente por parte dos operadores alternativos e a não replicação dos níveis e serviço da oferta Rede ADSL.PT com base na ORALL.

Consequentemente, caso a oferta Rede ADSL.PT se mantenha no mercado sem estar sujeita à obrigação de não discriminação, a PTC terá todo o incentivo em degradar a experiência dos operadores que nela venham a suportar as suas ofertas retalhistas na medida em que:

- a) Dessa forma, impede que os operadores co-instalados consigam lançar, nos pontos de atendimento que não tenham condições para a desagregação do lacete local, ofertas competitivas face às que o Grupo PT venha a lançar nas 'áreas C'. Assim, terá ao seu alcance os meios para justificar um sobre-investimento em pontos de atendimento, na medida em que, como já foi referido, diminuirá a pressão concorrencial nessas zonas;
- b) Elimina-se um degrau na escada do investimento para as 'áreas C', o que representa, na prática, mais uma barreira à entrada nessas zonas. Atendendo às fragilidades acima descritas da actual ORALL, estar-se-á a contribuir, também por esta via, para o enfraquecimento da contestabilidade nestas zonas.

Atendendo ao acima exposto, a Sonaecom considera que a obrigação de não discriminação é fundamental para que os operadores beneficiários da ORALL possam garantir a ubiquidade das suas ofertas no mercado retalhista e, ao mesmo tempo, como instrumento dinamizador da entrada de novos operadores no mercado.

3. Transparência

Atendendo ao acima exposto, a necessidade da manutenção da obrigação de transparência resulta evidente, na medida em que sem ela, o controlo da obrigação de não discriminação dificilmente pode ser efectuado.

4. Controlo de preços e contabilização de custos

O regulador considera que: “(...) que neste mercado abrangido pelas “áreas C” existe concorrência efectiva na prestação de serviços grossistas, não podendo nenhum operador agir de forma independente relativamente aos restantes agentes de mercado. (...)” (cf. pág. 163).

Como foi demonstrado acima, não se pode concluir pela existência de concorrência entre ofertas grossistas, na medida em que elas não existem actualmente, nem se perspectivam condições para que, no futuro, sem intervenção adicional, elas se possam afirmar.

Assim, é inequívoco que a PTC não terá constrangimentos a, caso entenda manter esta oferta nas ‘áreas C’, aumentar os preços de modo a restringir a capacidade competitiva dos seus concorrentes.

Adicionalmente, há que questionar o seguinte: com a eliminação da regra de retalho menos e, em consequência, dos controlos indirectos sobre as ofertas retalhistas do grupo PT nestas zonas, qual será o comportamento expectável do Grupo PT no retalho?

Para analisar esta questão de modo adequado importa atender à actual prática das empresas do Grupo PT. Por um lado, existe uma prática reiterada de promoções que, em rigor, constituem reduções permanentes nos preços retalhistas, na medida em que são perpetuadas no tempo e, por outro, associadas a essas promoções, é cada vez mais disseminada a inclusão de cláusulas de fidelização de clientes por períodos alargados (e.g., 24 meses).

Ora, num contexto em que os planos de negócio dos operadores co-instalados são colocados em causa por via da redução do seu mercado potencial e atendendo à ausência de replicabilidade desses investimentos na maioria dos pontos de atendimento que vão ser criados, cria-se um efeito de dupla captura de clientes por parte do incumbente. Um primeiro, referente ao efeito de market foreclosure já atrás referido e que advém da estrutura de operador verticalmente integrado da PTC e, um segundo, que se refere às condições comerciais praticadas no retalho que aumentam artificialmente as barreiras à mudança dos clientes finais.

A Sonaecom considera que, no contexto competitivo destas zonas, a eliminação de todas as regras que hoje condicionam o desenho das ofertas retalhistas por parte do incumbente é uma decisão que terá repercussões directas na sustentabilidade económica das ofertas dos operadores alternativos que aí se encontram em actividade.

Cumpre referir que, sem o efeito disciplinador da regra retalho menos, nada impede o Grupo PT de praticar preços no retalho abaixo dos custos da ORALL, a não ser a actuação ex-post das entidades de supervisão do mercado o que, atendendo à dinâmica e ao efeito de lock in que uma oferta, num curto espaço de tempo, pode ter no mercado (vide a rapidez da expansão da oferta meo nos últimos meses), se afigura manifestamente insuficiente.

Neste contexto, a Sonaecom não pode concordar com a eliminação das obrigações previstas, sendo favorável à sua manutenção e reforço em todo o mercado nacional.

5. Separação de contas e reporte financeiro

Atendendo ao acima exposto, e ao papel fundamental destas obrigações para a fiscalização do cumprimento das anteriores, a Sonaecom defende a manutenção das obrigações de separação de contas e reporte financeiro.

E.2.2. Das obrigações a impor no mercado nacional do acesso grossista de banda larga

Atento o exposto na secção anterior, bem como as considerações relativas à existência de um mercado nacional de fornecimento grossista de acesso em banda larga, a Sonaecom considera que as obrigações actualmente impostas ao Grupo PT deverão ser mantidas e reforçadas.

O reforço das referidas obrigações deverá atender aos constrangimentos que a condição de operador verticalmente integrado da PTC implica para o desenvolvimento dos mercados conexos, sendo que um elemento fundamental a tomar em consideração nesse reforço relaciona-se com o processo de remotização de lacetes e o efeito de *market foreclosure* que a sua ‘manipulação’ pode implicar para o desenvolvimento da contestabilidade do mercado.

Como já foi referido no âmbito das obrigações a impor no âmbito do mercado 4, as opções possíveis são as seguintes:

- a) Garantia de condições para desagregação sem destabilização do *business plan* dos operadores co-instalados na central de origem dos lacetes remotizados. Conforme exposto no âmbito das obrigações a impor no mercado 4, tal passa por garantir fibra escura sem custos acrescidos para os operadores entre a central de origem e o novo ponto de atendimento, bem como a existência de espaço para co-instalação no novo ponto de atendimento. É de referir que a gratuidade da fibra apenas se suscita devido ao facto da remotização ter sido efectuada de modo a excluir o operador co-instalado. Ou, em alternativa
- b) Garantia de uma oferta de *bitstream* que garanta ao operador co-instalado na central de origem, a emulação das ofertas que o Grupo PT lance a partir do novo ponto de atendimento.

Como também já foi referido, dado que nem sempre as condições necessárias à utilização da opção a) estarão presentes, é fundamental garantir a alternativa b) pois, caso contrário, estar-se-á a sinalizar o incumbente que, desde que efectue a remotização de modo a que a primeira opção não seja tecnicamente viável, poderá sempre dispor de um novo monopólio.

Logo, a Sonaecom considera que as actuais obrigações de disponibilização de uma oferta *bitstream* deverão ser reforçadas de modo a incluir uma oferta que permita replicar as ofertas retalhistas que o Grupo PT disponibiliza no mercado nacional, o que inclui a actual oferta *meo*.