

## **Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social**

### **Deliberação 7-P/2006**

**Assunto:** Parecer da ERC nos termos do art. 39.º, n.º 1, da lei 18/2003 sobre o projecto de operação de concentração entre a “Prisa” e a “Media capital”

#### **I - Introdução**

1. Em 15 de Novembro de 2006 foi solicitado à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (doravante ERC) um parecer, nos termos do art. 39.º da Lei 18/2003 de 11 de Junho, sobre uma projectada operação de concentração, que se consubstanciará na aquisição de controlo exclusivo da sociedade Grupo Media Capital, SGPS, S.A. (adiante Media Capital) pela Promotora de Informaciones, S.A. (adiante Prisa), através do lançamento de uma Oferta Pública de Aquisição (doravante OPA) geral das acções representativas do capital social e dos direitos de voto da dita Media Capital<sup>1</sup>.
2. A ERC tem, nos termos dos artigos 7.º e 24.º e, especialmente, da al. b) do art. 8.º, todos dos Estatutos da ERC, adoptado pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro (doravante Estatutos), o dever de assegurar o pluralismo e a diversidade de expressão, velando, designadamente, pela não concentração da titularidade das entidades que prosseguem actividades de comunicação social.
3. Importa, deste modo, analisar o Projecto de Concentração tendo em conta os objectivos e as atribuições enunciados.

---

<sup>1</sup> O Anúncio Preliminar de Lançamento da Oferta Pública de Aquisição foi publicado em 26 de Outubro de 2006 e encontra-se disponível em <http://web3.cmvm.pt/sdi/2004/emitentes/docs/fsd11350.pdf>

## II – As partes

4. A Prisa é uma sociedade de direito espanhol, negociada em mercado regulamentado, no caso nas Bolsas de Valores de Madrid, de Barcelona, de Bilbao e de Valência, que actua nos sectores da comunicação, educação, cultura e entretenimento, designadamente em Espanha, França e América Latina.
5. A Prisa detém participações sociais de controlo noutras sociedades europeias e da América Latina; todavia, quer a Prisa quer as sociedades por si controladas desenvolvem, segundo a Notificante, actividades meramente residuais em Portugal (a saber, edição de livros escolares - empresa Constância -, promoção de vendas ‘B2B’ de produtos promocionais - Prisa Innova - e distribuição/venda do canal Discovery Channel - Sogecable).
6. A Media Capital é uma sociedade de direito português, admitida à negociação em mercado regulamentado, no caso a Euronext Lisbon, que opera essencialmente nos sectores de televisão, rádio, publicidade, imprensa e serviços de internet em Portugal.
7. Na imprensa, a Media Capital detém oito edições no sector das revistas, através da Media Capital Edições, para além de ser também detentora do jornal Metro, no sector da imprensa diária gratuita; na rádio, através da Media Capital Rádio, a Media Capital detém vários alvarás, que permitem operar um conjunto de rádios no território nacional (Rádio Comercial, Rádio Clube Português, Cidade FM e Best Rock FM); na televisão e produção audiovisual opera através da TVI e da NBP; na internet a Media Capital organiza a sua actividade através da Media Capital Media em várias áreas (sobretudo, online media, acesso, voz e outros serviços residenciais e directório portal -IOL); na publicidade exterior, a Media Capital opera através da Media Capital Outdoor ou da MCO-TV; na edição e

distribuição de música opera através da editora Farol Música e da Central Discos –Produções Discográficas (SA) (que promove discos das outras editoras).

8. Refira-se que a Media Capital desenvolve ainda actividades, segundo a Notificante, com pouco relevo no plano nacional, a nível da produção e exploração comercial de eventos, tendo ainda uma *joint venture* com a GE Money para publicitar e vender serviços financeiros sob a marca ‘Capital +’, e uma outra com a Castelo Lopes Multimédia para distribuição de filmes para salas de cinema e videogramas.

### III – A operação de concentração

9. A operação de concentração consiste na aquisição de controlo da Media Capital pela Prisa. De acordo com a Notificação efectuada à Autoridade da Concorrência (doravante AdC) a Prisa detém, neste momento, uma participação de 33%<sup>2</sup> do capital social e dos direitos de voto da Media Capital e pretende através do lançamento da OPA obter o controlo exclusivo, mais concretamente dispõe-se a adquirir 100% dos direitos de voto e do capital social da Media Capital.
10. De acordo com o já mencionado Anúncio Preliminar de Lançamento, a OPA será lançada pela Prisa, e/ou por outra sociedade, que com a Prisa se encontre em relação de domínio ou de grupo; será geral – isto é, terá por objecto a totali-

---

<sup>2</sup> Cumpre ter presente que já depois da notificação apresentada pela Notificante à Autoridade da Concorrência, em 17 de Novembro, a Media Capital tornou público, ao abrigo do art. 17.º do Código dos Valores Mobiliários (doravante, CVM), um comunicado da Prisa, segundo o qual, de acordo com a interpretação da CMVM, à Prisa seriam imputáveis 45% dos direitos de voto da Media Capital; a Prisa pretendia afastar a presunção prevista no n.º 4 do art. 20.º do CVM, da qual resultaria a imputação de 12% dos direitos de voto da Media Capital (para além dos 33% detidos indirectamente pela Prisa); sem prejuízo da intenção de solicitar a elisão dessa presunção, a Prisa não se conformava com a aplicação do Decreto-Lei 219/2006, de 2 de Novembro, à sua situação jurídica enquanto accionista na Media Capital; e a Prisa mantinha o propósito de prosseguir com a OPA geral e voluntária sobre a Media Capital, tal como anunciado em 26 de Outubro de 2006. Este comunicado encontra-se disponível em <http://web3.cmvm.pt/sdi/2004/emitentes/docs/PQ11180.pdf>.

dade das acções, ordinárias, representativas do capital social da Media Capital – e voluntária – isto é, não resultará da ultrapassagem de qualquer dos limiares (1/3 ou 1/2 dos direitos de voto) previstos no art. 174.º do Código dos Valores Mobiliários (adiante CVM); tem o seu lançamento sujeito, não só ao registo junto da CMVM, como também à não oposição da AdC. Refira-se, por fim, que no mesmo Anúncio a Prisa admite que, no caso de, por efeito da OPA, vir a ultrapassar os 90% dos direitos de voto correspondentes ao capital social da Media Capital, poderá recorrer ao mecanismo de aquisição potestativa das restantes acções representativas do capital social da Media Capital – previsto no art. 174.º do CVM -, o que, a suceder, permitirá à Prisa a aquisição do domínio total da Media Capital.

11. Quanto à natureza da concentração considerou a Notificante tratar-se de uma operação horizontal.
12. O conceito de concentração horizontal tem sido definido pela Comissão Europeia como abrangendo os casos em que «as empresas em causa são concorrentes efectivos ou potenciais no mesmo mercado relevante»<sup>3</sup>.
13. Ora, apesar de não existir sobreposição de actividades das partes em Portugal em resultado da operação, a Notificante alega tratar-se de uma operação horizontal atendendo ao *core* das actividades operativas do Grupo Prisa desenvolvida noutros mercados geográficos, i.e. actuariam «nesses distintos mercados geográficos, de igual modo, e à semelhança do Grupo Media Capital, no sector dos *media*».

---

<sup>3</sup> Ponto 5 das Orientações para a apreciação das concentrações horizontais nos termos do Regulamento do Conselho relativo ao controlo das concentrações de empresas, 2004/C 31/03, JO C 31/5 de 5.2.2004.

#### IV – Os mercados relevantes

14. A Comissão Europeia (a seguir CE), em certos casos, e a AdC, noutros processos, já consideraram, na área da comunicação social, como mercados de produtos relevantes o mercado dos telespectadores, o mercado dos serviços de publicidade televisiva, o mercado da radiodifusão sonora, o mercado da publicidade na rádio, o mercado da publicidade exterior (dividido consoante as diferentes categorias de suportes da publicidade), o mercado da imprensa (segmentado nomeadamente por temas), e os mercados da edição gravação e venda da música (objecto ainda de submercados)<sup>4</sup>.
15. A Notificante, apesar de considerar preferível deixar em aberto a questão da delimitação do mercado, e de sublinhar que as definições dadas dos mercados de publicidade televisiva e de televisão sinal em aberto são demasiado restritas, analisa como relevantes os mercados de TV em sinal aberto, rádio (publicidade) e publicidade exterior.
16. Quanto ao mercado da imprensa escrita (dividido inicialmente em jornais e revistas, e depois segmentado em mercado de leitores e da venda de espaços publicitários) e ao da edição, gravação e venda de música, entende a Notificante que a falta de sobreposição das partes e as quotas reduzidas tornam desnecessária a sua delimitação rigorosa e análise.
17. Ora, a verdade é que as definições de mercado de produto relevante dadas pela CE e pela AdC, e seguidas, pelo menos parcialmente, pela Notificante, nem sempre coincidirão com o entendimento de mercado fixado pela entidade reguladora para a comunicação social.

---

<sup>4</sup> Cf. além das decisões já citadas, as decisões da Comissão JCD/RCS/Publitransport/IPG, COMP/M.2529, de 14.9.2001, ponto 7, e Seagram/Polygram, Processo IV/M1219, de 21.9.1998, ponto 4.

18. Trata-se de uma solução compreensível atendendo aos diferentes objectivos prosseguidos pelas entidades em questão.
19. De facto, a AdC visa fiscalizar as operações de concentração de empresas com vista à defesa da concorrência, mais precisamente pretende a salvaguarda da eficiência económica e a protecção dos interesses dos consumidores, ao passo que o objectivo da ERC, como já referimos, é o de garantir a liberdade de expressão e a diversidade de opiniões.
20. Por outras palavras, a ERC tem como missão garantir o pluralismo na sua dupla dimensão, externa (entendida como a «pluralidade de suportes ou de operadores») e interna (que «exige uma apreciação qualitativa quanto à diversidade da informação difundida»)<sup>5</sup>.
21. Logo, a delimitação do mercado realizada pela ERC, para a prossecução desses objectivos específicos, poderá não coincidir com a da AdC<sup>6</sup>.
22. Aliás, noutros ordenamentos jurídicos europeus, as entidades reguladoras para a comunicação social já delimitaram, por diversas vezes, conceitos de mercado distintos dos referidos pelas autoridades da concorrência<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> ERC, Deliberação 5-P/2006 pp.11-12. Note-se que estes conceitos encontram igualmente aceitação na doutrina portuguesa, cf. Luís Brito Correia (Direito da Comunicação Social, vol. I, Almedina, Setembro 2000, pp. 254 e ss.

<sup>6</sup> Observe-se que este problema já surgiu noutros ordenamentos jurídicos. Assim, por exemplo, na Alemanha, a KEK (*Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich*) já adoptou decisões difíceis de conciliar com a *praxis* do Bundeskartellamt cf. decisões citadas em *IRIS Special, La télévision et la concentration des médias. Modèles de réglementation aux niveaux national et européen*, Council of Europe, Strasbourg, 2001 (doravante IRIS) pp.7 e ss e 14 e ss.

<sup>7</sup> Refiram-se, apenas a título de exemplo, a decisão da entidade italiana AGCOM (*Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*) de definir como relevante o mercado da radiodifusão televisiva, sem distinguir entre televisão de sinal aberto ou por assinatura, ou a decisão da KEK que não distingue, igualmente, na definição do mercado de radiodifusão os diferentes meios de transmissão, citadas em *IRIS Special, La télévision et la concentration des médias. Modèles de réglementation aux niveaux national et européen*, Council of Europe, Strasbourg, 2001 pp. 7 e ss e 55 e ss.

23. No caso em apreço, e atendendo aos factos enunciados pela Notificante, entende a ERC que serão mercados relevantes, capazes de suscitar problemas a nível do pluralismo, sobretudo os da televisão e o da rádio.
24. Note-se que o conceito de mercado televisivo para efeitos de apreciação do pluralismo tem sido, por vezes, definido pelas entidades reguladoras para a comunicação social em termos mais latos do que o conceito utilizado, designadamente, pela CE<sup>8</sup>.
25. Nesta medida, poderá entender-se, tendo em conta o art. 2º da Lei nº. 32/2003, de 22 de Agosto, que o mercado da televisão abrange a «organização de serviços de programas sob a forma de imagens não permanentes e sons através de ondas electromagnéticas ou de qualquer outro veículo apropriado, propagando-se no espaço ou por cabo, e susceptível de recepção pelo público em geral». O art. 15º, da mesma lei, acrescenta que o «acesso à actividade televisiva é objecto de licenciamento, mediante concurso público, ou de autorização, consoante as emissões a realizar utilizem ou não o espectro hertziano terrestre».
26. Já o conceito de mercado de radiodifusão sonora compreenderá, tendo em conta o art. 2º da Lei nº. 4/2001, de 23 de Fevereiro, a difusão dos sinais sonoros «por meio de ondas radioelétricas ou de qualquer outra forma apropriada destinada à recepção pelo público em geral». A actividade de radiodifusão sonora está sujeita a licença a atribuir mediante concurso público, no caso de ser utilizado o espectro radioelétrico (ao passo que o serviço público funciona através de contra-

---

<sup>8</sup> De facto, nem sempre as entidades nacionais distinguem consoante modo de transmissão do *media*. Veja-se a título de exemplo o conceitos lato de mercado de «radiodifusão» dado pela KEK na decisão de 21 de Setembro de 1999, citada em *IRIS Special, La télévision et la concentration des médias. Modèles de réglementation aux niveaux national et européen*, Council of Europe, Strasbourg, 2001 pp. 7 e ss.

tos de concessão), ou autorização, no caso de não ser utilizado o espectro radio-eléctrico<sup>9</sup>.

27. A Media Capital, como já referimos, opera no mercado da rádio através da Rádio Comercial, Rádio Clube Português, Cidade FM e Best Rock FM, e no mercado da televisão actua através da TVI (cf. anexos 1, 2 e 3)
28. Não se justifica, em todo o caso, uma análise mais detalhada dos mesmos, uma vez que o projecto de concentração não altera a situação existente no território nacional.
29. Quanto ao mercado geográfico relevante, no sector dos *media*, este tem sido geralmente considerado pela CE e pela AdC como tendo âmbito nacional, atendendo às barreiras linguísticas, aos factores culturais e aos regimes regulatórios fixados<sup>10</sup>.
30. Tendo em conta esta *praxis*, a Notificante considera que os mercados de produto relevante identificados (a saber, TV em sinal aberto, publicidade na rádio e publicidade exterior) têm dimensão nacional.
31. Note-se, em todo o caso, que quanto à rádio, e mais precisamente quanto ao mercado da radiodifusão, entende a AdC que se poderá segmentá-lo, em função da cobertura, em nacional, regional e local<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> A AdC, por seu turno, considerou, de forma próxima, no processo 17/2005, cit., ponto 94, que a radiodifusão sonora compreenderá a difusão dos sinais sonoros nas modalidades AM e FM, sendo tal actividade exercida nos termos já descritos.

<sup>10</sup> Cf., por exemplo a decisão da Comissão de 02.04.03, COMP/M.2876, Newscorp/Telepiu, pt. 48 e a decisão do Conselho da Adc, Processo Ccent. nº. 47/2003, PPTV – Publicidade de Portugal e Televisão SA/PT Conteúdos S.G.P.S., S.A.

<sup>11</sup> Processo Ccent. Nº 17/2005 – CONTROLINVESTE/LUSOMUNDO MEDIA, pontos 96 e 188. Ou seja, o serviço será de âmbito nacional se a zona de cobertura constante da respectiva licença abranger a generalidade do território nacional, um conjunto de distritos no continente, ou um município e eventuais áreas limítrofes de acordo com as exigências técnicas necessárias à cobertura daquele.



32. No mesmo sentido o art. 4º, n.º 1, da Lei da Rádio, de 23 de Fevereiro, distingue, consoante o nível de cobertura, os serviços de programas de radiodifusão de carácter nacional, regional e local.
33. É, igualmente, este o entendimento da ERC no caso em análise.
34. O mercado da televisão terá, no caso em apreço, dimensão nacional.
35. Já o mercado da rádio, atendendo aos factos em presença, terá sobretudo uma dimensão local, nele actuando operadores de dimensão nacional e regional (cf. Anexos 1, 2 e 3, doravante Anexos).
36. Com efeito, a Media Capital emite, designadamente através do Rádio Clube Português e da Cidade FM, numerosos serviços de programas com cobertura local, e, através da Rádio Comercial e da Rádio Regional de Lisboa SA/Rádio Clube Português, emite ‘programas’ com cobertura nacional e regional, respectivamente (cf. Anexos, em especial o “Mapa de potencial cobertura em termos de população e em função da potência dos respectivos emissores”)
37. Note-se ainda que apesar de alguns dos programas de radiodifusão terem aparentemente dimensão local, na realidade acabam por ter uma cobertura mais ampla, pois os operadores actuam por ‘transmissão em cadeia’.
38. Tal é o caso das Rádio Manteigas Lda, Penalva do Castelo FM Lda, Rádio Sabugal Lda, RTM-Rádio e Televisão do Minho Lda, Rádio Litoral Centro, que transmitem em cadeia com a Rádio Clube Português (v. Anexos).

39. E ainda o caso da Rádio Clube de Loulé, CRL, Flôr do Éter, Radiodifusão Lda Penacova, Rádio Clube de Redondo, CRF, Drums – Com. Sonoras, AS – Gaia, que transmitem em cadeia com a Cidade FM (v. Anexos).

## V – Apreciação da operação

40. A aquisição do controlo exclusivo da Media Capital, dada a inexistência de sobreposição de actividades no território português, e a ausência de alterações estruturais nos esquemas de participação, segundo informações prestadas pela Notificante, não altera o *status quo*.

41. Ora, uma vez que o projecto de operação de concentração notificada não modifica a situação vigente, a ERC não se opõe ao projecto de concentração notificado.

42. Continuará, em todo o caso, a ERC a acompanhar com especial atenção a evolução das operações desenvolvidas pela nova entidade no sector dos *media*, e em especial no domínio da rádio.

43. De facto, apesar de o projecto da operação de concentração não criar nem reforçar a «posição» da Media Capital nos mercados relevantes, a verdade é que esta já é, de alguma forma, significativa.

44. Com efeito, a quota de mercado indicada pela Notificante, no domínio da rádio, nos três últimos anos, já oscila entre os 20% e os 30%.

45. Por outro lado, ainda que o número de frequências controlado pela Media Capital não seja excessivo, a verdade é que a transmissão em cadeia do mesmo serviço de programas pode reduzir a diversidade no mercado relevante delimitado (v. anexo 1).

46. Acresce que a posse, pela Media Capital, nos últimos anos (2003-2004), de uma quota de mercado da TV em sinal aberto na ordem dos 30%-40%, com tendência para crescer - em 2005 a quota seria de 40% a 50%, segundo dados fornecidos pela Notificante -, reforça a posição da empresa no sector da comunicação social.

Para esse reforço poderá contribuir, aliás, a carteira de direitos já detida pela Prisa noutros países, em matéria de conteúdos audiovisuais.

47. A situação existente será, deste modo, objecto de especial atenção por parte da ERC.

Lisboa, 6 de Dezembro de 2006

O Conselho Regulador da ERC

José Alberto de Azeredo Lopes  
Elísio Cabral de Oliveira  
Luís Gonçalves da Silva  
Maria Estrela Serrano  
Rui Assis Ferreira

## ANEXO I

<b>Televisão</b>	TVI								
<b>Produção Audiovisual</b>	NBP								
<b>Outdoor</b>	MC Outdoor								
<b>Música</b>	Farol								
<b>Rádio</b>	Rádio Comercial	Rádio Regional de Lisboa (Rádio Clube Português)	Rádio Cidade, S.A. (Foxx FM)	Rádio XXI, Lda (Best Rock)	Cotonete				
<b>Internet</b>	IOL	Portugal Diário	Auto portal	Mais futebol	Casas de Portuga	Agência Financeira			
<b>Imprensa</b>	Lux	Lux Woman	Maxmen	Grazia	Cotonete	Briefing	Revista de Vinhos	Auto Comércio	Metro

## ANEXO II

<b>OPERADORES EM CADEIA COM OS SERVIÇOS DE PROGRAMAS DA MÉDIA CAPITAL</b>	
<b>MEDIA CAPITAL</b>	<b>RÁDIOS LOCAIS</b>
<b>RÁDIO CLUBE PORTUGUÊS (Rádio Regional de Lisboa, S.A.)</b>	Rádio Clube de Aveiro (Moliceiro, S.A.)
	Rádio Clube de Vila Real (Polimédia)
	Rádio Clube de Vale de Cambra (RC – Emp. Radiodifusão, S.A.)
	Rádio Clube do Porto (Notimaia, S.A.)
	Rádio Clube de Coimbra (PRC – Ld <sup>a</sup> )
	Rádio Clube de Sabugal (Rádio Sabugal, Ld <sup>a</sup> )
	Rádio Clube de Penalva do Castelo (Penalva do Castelo FM, Ld <sup>a</sup> )
	Rádio Clube de Manteigas (Rádio Manteigas, Ld <sup>a</sup> )
<b>CIDADE FM</b> (marca actualmente explorada pela Côco, por contrato celebrado com a Rádio Cidade, S.A.)	Rádio Clube Figueiró dos Vinhos (Rádio Litoral Centro, Ld <sup>a</sup> )
	Cidade FM Ribatejo (Rádio Voz de Alcanena, Ld <sup>a</sup> )
	Cidade FM Porto (Côco, S.A.)
	Cidade FM Lisboa (Côco, S.A.)
	Cidade FM Alentejo (Rádio Clube de Redondo, CRL)
	Cidade FM Centro (A Flôr do Éter, Ld <sup>a</sup> )
<b>Best Rock (Rádio XXI)</b>	Cidade FM Algarve (Rádio Clube de Loulé, CRL)
	Bestrock – Santarém (R2000, Ld <sup>a</sup> )
<b>Rádio Cidade, S.A. – Foxx FM</b>	Best Rock (SIRPA, Ld <sup>a</sup> )

ANEXO III

Detentor de Capital	% Capital	Detentor do Capital e Designação do Serviço Programas	% Capital	Detentor do Capital e Designação do Serviço Programas	% Capital	Detentor do Capital e Designação do Serviço Programas
MCR, S.A	100%	Rádio Comercial, S.A	100%	Rádio XXI, Lda ( <b>Best FM</b> )		
	100%	Rádio Regional de Lisboa, S.A ( <b>Rádio Clube Português</b> )				
	100%	Rádio Cidade, S.A ( <b>Foxx FM</b> )				
Rádio Milénio - Emissões de Radiodifusão, S.A	100%	Côco - Companhia de Com., S.A		<b>Cidade FM Lisboa</b> <b>Cidade FM Porto</b> <b>Classe FM (Montijo)</b>		
	70%	<b>Rádio Concelho de Cantanhede</b> , Lda				
	100%	PRC - Prod. Radiofónicas de Coimbra ( <b>Rádio Clube de Coimbra</b> )				
Pilkington Corporation Ltd	100%	Moliceiro - Comunicação Social, Lda ( <b>Rádio Clube de Aveiro</b> )	100%	Polimédia, Lda ( <b>Rádio Clube de Vila Real</b> )	100%	R2000, Lda ( <b>Bestrock FM - Santarém</b> )
Garrick Ventures Ltd	100%	Rádio Mania, S.A	100%	Rádio Voz de Alcanena, Lda ( <b>Cidade FM Ribatejo</b> )		
			100%	Drums - Com. Sonoras, S.a ( <b>Rádio Satélite</b> )		
Cyrus Communications Ltd	100%	RC - Empresa de Radiodifusão, S.A ( <b>Vale de Cambra - Rádio Clube de Vale de Cambra</b> ; Moita - <b>Rádio Arremesso</b> )	100%	Notimaia - Publicações e Comunicação Social, S.A ( <b>Matosinhos- Rádio Clube do Porto</b> ; Maia - <b>Rádio Lidador</b> )	100%	Sirpa - Soc. Imp. Rádio Paralelo, Lda ( <b>Best Rock</b> )

Fernando Moura (50%) e Fernando Gomes (50%)	100%	Rádio Manteigas, Lda <b>(Rádio Clube de Manteigas)</b>
	100%	Penalva do Castelo FM, Lda <b>(Rádio Clube de Penalva do Castelo)</b>
	100%	Rádio Sabugal, Lda <b>(Rádio Clube de Sabugal)</b>
7 Sócios em nome individual com 3,703% e João de Barros Rodrigues (74,07%)	100%	RTM - Rádio e Televisão do Minho, Lda <b>(Rádio Clube do Minho)</b>
Maria Viegas Vinhal (75%) e Lina Maria Vinhal (25%)	100%	Rádio Litoral Centro, Lda <b>(Rádio Clube Figueiró dos Vinhos)</b>

Cadeia com a Rede "Rádio Clube ... (Português, Porto, Aveiro, Coimbra, Vale de Cambra e Vila Real)"

Cooperativa	100%	Rádio Clube de Loulé, CRL <b>(Cidade FM Algarve)</b>
Luis Alberto Ferreira Simões Rodrigues	70%	Flôr do Éter, Radiodifusão, Lda <b>(Cidade FM Centro)</b>
Álvaro Gil Ferreira Martins Coimbra	30%	
Cooperativa	100%	Rádio Clube de Redondo, CRL <b>(Cidade FM Alentejo)</b>

Cadeia com Cidade FM