

RESOLUCIÓN

(EXPTE. S/0242/10 (Producción Fútbol))

CONSEJO

D. Joaquín García Bernaldo de Quirós, Presidente
D^a. Pilar Sánchez Núñez, Vicepresidenta
D. Julio Costas Comesaña, Consejero
D^a. M. Jesús González López, Consejera
D^a. Inmaculada Gutiérrez Carrizo, Consejera
D^a Paloma Ávila de Grado, Consejera
D. Luis Díez Martín, Consejero

En Madrid, a 17 de abril de 2012

El Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia (el Consejo) con la composición ya expresada y siendo Ponente D^{ña}. Paloma Ávila de Grado ha dictado la presente Resolución en el expediente sancionador S/0242/10 Producción Fútbol, incoado contra Mediaproducción S.L. por la Dirección de Investigación de la CNC con fecha 17 de septiembre de 2010, por supuestas prácticas restrictivas de la competencia prohibidas por la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC).

ANTECEDENTES DE HECHO

(1) Con fecha 31 de marzo de 2010, la Dirección de Investigación (DI) conforme a lo establecido en el artículo 49.2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), abrió una información reservada con el número de expediente S/0242/10, a raíz de una denuncia presentada con fecha 29 de marzo de 2010 por Telefónica Servicios Audiovisuales, S.A.U. (TSA) por supuestas conductas prohibidas por el artículo 2 de la LDC y el artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) (folios 1 a 155), con el fin de determinar con carácter preliminar si concurrían las circunstancias que justificasen la incoación de un expediente sancionador contra Mediaproducción, S.L. (MEDIAPRO). En concreto, TSA denunció a MEDIAPRO por:

- La subordinación de la celebración de contratos de venta de derechos de retransmisión televisiva de los partidos de fútbol de la Liga Española, la Copa de S.M. el Rey y la Liga de Campeones a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza, no guardan relación con el objeto de

dichos contratos, en particular, relacionadas con servicios de producción técnica y de contribución de la señal audiovisual.

- La negativa de MEDIAPRO a contratar, sin justificación objetiva, servicios de producción técnica y contribución de la señal de televisión, con la intención de retenerlos para sí mediante su empaquetamiento con los derechos de retransmisión por televisión de los acontecimientos deportivos anteriormente mencionados.

(2) Con fecha 21 de abril de 2010 la DI remitió requerimiento de información a Sogecable, S.A. (SOGECABLE), en referencia a sus relaciones contractuales con MEDIAPRO (folios 156 a 161).

(3) Con fecha 22 de abril de 2010 la DI remitió requerimiento de información a MEDIAPRO, en referencia a la actividad de reventa de derechos de retransmisión de fútbol y sobre sus relaciones contractuales con SOGECABLE (folios 162 a 169).

(4) Con fecha 29 de abril de 2010 la DI remitió requerimiento de información a Videoreport, S.A., Servicios de Televisión, en relación al mercado nacional de producción móvil (folios 184 a 189).

(5) Con fecha 29 de abril de 2010 la DI remitió requerimiento de información a TSA, en relación a las conductas denunciadas en su escrito de 29 de marzo de 2010 (folios 190 a 200).

(6) Con fecha 10 de mayo de 2010 tuvo entrada en la CNC la contestación de SOGECABLE al requerimiento de 21 de abril de 2010 (folios 201 a 556).

(7) Con fechas 11 y 13 de mayo de 2010 tuvo entrada en la CNC la contestación de Videoreport, S.A., Servicios de Televisión, al requerimiento de 29 de abril de 2010 (folios 557 a 565 y 617 a 628).

(8) Con fecha 12 de mayo de 2010 tuvo entrada en la CNC la contestación de TSA al requerimiento de 29 de abril de 2010 (folios 566 a 616).

(9) Con fecha 14 de mayo de 2010 tuvo entrada en la CNC la contestación de MEDIAPRO al requerimiento de 22 de abril de 2010 (folios 629 a 808).

(10) Con fecha 17 de septiembre de 2010, de conformidad con lo establecido en el artículo 49.1 de la LDC, la DI acordó la incoación de expediente sancionador contra MEDIAPRO por prácticas restrictivas de la competencia prohibidas en los artículos 1 y 2 LDC y los artículos 101 y 102 TFUE (folios 751 a 753). A este expediente, registrado con el número S/0242/10, se incorporó lo actuado en la información reservada.

(11) En el acuerdo de incoación se admitió la personación de TSA como interesado en dicho expediente.

(12) Con fecha 13 de octubre de 2010 la DI acordó la admisión de personación en calidad de interesados de Lavinia Tec-Com, S.L. y Vértice Trescientos Sesenta Grados, S.A. (folio 835), tras sus solicitudes del día 7 de octubre de 2010 (folios

809 a 834). En diciembre de 2010, Lavinia Tec-Com, S.L. ha sido adquirida por Vértice Trescientos Sesenta Grados, S.A. pasando a considerarse a Vértice Trescientos Sesenta Grados, S.A. (VÉRTICE) como una única parte.

(13) Con fecha 15 de diciembre de 2010 tuvo entrada en la CNC escrito de alegaciones de TSA (folios 864 a 892).

(14) Con fecha 24 de enero de 2011 la DI remitió requerimiento de información a MEDIAPRO, en referencia a las actividades de reventa de derechos de retransmisión de fútbol, producción móvil y contribución (folios 893 a 896).

(15) Con fecha 24 de enero de 2011 la DI remitió requerimiento de información a TSA, en relación a las conductas denunciadas y a los mercados de producción móvil y contribución (folios 897 a 899).

(16) Con fecha 24 de enero de 2011 la DI remitió requerimiento de información a SOGECABLE, en relación a los asuntos analizados en este expediente (folios 900 a 902).

(17) Con fecha 24 de enero de 2011 la DI remitió requerimiento de información a diversos operadores públicos de televisión (Televisión Española, S.A., Televisión de Catalunya, S.A. y Canal Sur), en referencia a su actividad de producción móvil (folios 903 a 908), así como a los principales operadores del mercado de producción móvil nacional (Vértice 360 Grados, S.A, Lavinia Tec-Com, S.L., Infinia, S.L., VAV Compañía de Producciones, S.L., y CK Televisió), en referencia al mercado de producción móvil (folios 909 a 918).

(18) Con fecha 4 de febrero de 2011 tuvo entrada en la CNC la contestación de TSA al requerimiento de 24 de enero de 2011 (folios 1034 a 1058).

(19) Con fechas 8 y 11 de febrero de 2011 tuvieron entrada en la CNC respectivamente las contestaciones de VAV Compañía de Producciones, S.L. (folios 1059 a 1060) y de Lavinia Tec-Com, S.L.(folios 1061 a 1067) al requerimiento de 24 de enero de 2011.

(20) Con fecha 11 de febrero de 2011 tuvo entrada en la CNC la contestación de Televisión Española, S.A. al requerimiento de 24 de enero de 2011 (folios 1068 a 1074).

(21) Con fecha 11 de febrero de 2011 tuvo entrada en la CNC la contestación de SOGECABLE al requerimiento de 24 de enero de 2011 (folios 1075 a 1100).

(22) Con fecha 14 de febrero de 2011 tuvo entrada en la CNC la contestación de MEDIAPRO al requerimiento de 24 de enero de 2011 (folios 1128 a 1189).

(23) Con fechas 15 y 23 de febrero de 2011 tuvieron entrada en la CNC respectivamente las contestaciones de Televisión de Catalunya, S.A. (folios 1101 a 1106), y de CK Televisió (folio 1107) al requerimiento de 24 de enero de 2011.

(24) Con fechas 25 de febrero y 23 de marzo de 2011 tuvo entrada en la CNC la contestación de Canal Sur al requerimiento de 24 de enero de 2011 (folios 1108 y 1113 a 1118).

(25) Con fechas 28 de febrero y 5 de abril de 2011 tuvieron entrada en la CNC respectivamente las contestaciones de Vértice 360 Grados, S.A. (folios 1117 a 1127) e Infinia, S.L. (folios 1219 a 1221) al requerimiento de 24 de enero de 2011.

(26) Con fecha 28 de abril de 2011, la DI acordó deducir testimonio de diversos documentos del expediente S/0153/09 de la CNC (folio 1128).

(27) Con fecha 7 de junio de 2011 fue notificado a Mediaproducción, S.L., (MEDIAPRO), Telefónica Servicios Audiovisuales S.A.U. (TSA) y Vértice Trescientos Sesenta Grados, S.A., el Pliego de Concreción de Hechos (PCH). Con esa misma fecha, la Dirección de Investigación requirió a MEDIAPRO determinada información sobre su volumen de negocios.

(28) Con fecha 21 de junio de 2011 tuvo entrada en la CNC escrito de MEDIAPRO (folios 1382 a 1384) formulando alegaciones al PCH.

(29) Con fecha 24 de junio de 2011 tuvo entrada en la CNC escrito de TSA (folios 1385 a 1399) formulando alegaciones al PCH.

(30) VÉRTICE no ha presentado alegaciones al PCH.

(31) Con fecha 13 de julio de 2011 tuvo entrada en la CNC la respuesta de MEDIAPRO al requerimiento de información formulado por la Dirección de Investigación el 7 de junio de 2011.

(32) Ninguno de los interesados en el expediente ha solicitado la práctica de pruebas.

(33) Con fecha 27 de julio de 2011, y de acuerdo con lo previsto en el artículo 33.1 del RDC, se procedió al cierre de la fase de instrucción, comunicándose a los interesados ese mismo día.

(34) Con fecha 28 de julio de 2011 se notificó a las partes la propuesta de resolución, de acuerdo con lo previsto en el artículo 50.4 de la LDC, en la que se propone:

PRIMERO. *Que se declare la existencia de conductas prohibidas por el artículo 2 de la LDC, así como por el artículo 102 del TFUE, consistentes en la vinculación de la contratación por Sogecable del tercer partido por jornada de Liga de Primera División de fútbol y de los derechos de emisión de los partidos de Liga de fútbol en establecimientos públicos (Segunda addenda de 21 de octubre de 2009), a la firma por Sogecable con MEDIAPRO de un contrato de 21 de octubre de 2009, para la prestación de servicios de producción móvil de otros eventos y la venta de dos unidades móviles de producción*

SEGUNDO. *Que se declare responsable de dicha infracción a Mediaproducción, S.L. (MEDIAPRO)*

(35) Con fechas 23 y 25 de agosto 2011 tuvieron entrada en la CNC respectivamente escritos de alegaciones a la propuesta de resolución presentados por Telefónica Servicios Audiovisuales, S.A.U. y por Mediaproducción, S.L. En estos escritos no se solicita la práctica de pruebas o

actuaciones complementarias ante el Consejo de la CNC, ni se pide la celebración de vista.

(36) Con fecha 12 de septiembre de 2011 fue elevado al Consejo de la CNC por la Dirección de Investigación el Informe Propuesta (IP).

(37) En cumplimiento de lo previsto en el artículo 11.4 del Reglamento (CE) n° 1/2003 Reglamento (CE) n° 1/2003 del Consejo, de 16 de diciembre de 2002, relativo a la aplicación de las normas sobre competencia, se remitió a la Comisión Europea la propuesta de resolución, lo que suspende el plazo de resolución, que fue reanudado con fecha 29 de febrero de 2012.

(38) El Consejo terminó la deliberación y falló la presente resolución el 7 de marzo de 2012.

(39) SOGECABLE es parte en algunos de los contratos objeto de análisis en este expediente, si bien no es parte interesada en el mismo. SOGECABLE es una filial al 100% de PRISA, dedicada a la gestión y explotación, en el mercado español, de una plataforma de televisión digital por satélite de pago (Digital +). También es la matriz de un grupo de empresas activas en la producción, distribución y exhibición de películas, la negociación de derechos de retransmisión (cine y acontecimientos deportivos), TV interactiva y de valor añadido, publicidad y otros servicios (asistencia telefónica y marketing directo).

(40) Son interesados en el presente expediente los siguientes:

MEDIAPRODUCCIÓN, S.L. (MEDIAPRO)

TELEFÓNICA SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.A.U.

VÉRTICE TRESCIENTOS SESENTA GRADOS, S.A. (VÉRTICE)

HECHOS PROBADOS

En la valoración de las conductas objeto de este expediente el Consejo ha tenido en cuenta los hechos acreditados en la instrucción por la Dirección de Investigación que se describen en el apartado III de este epígrafe, después de resumir las características de las partes y de los mercados afectados por las conductas en cuestión.

I. LAS PARTES

1. MEDIAPRODUCCIÓN, S.L. (MEDIAPRO) es una empresa controlada por el Grupo Imagina, cuya cabecera es Imagina Media Audiovisual, S.L., que está presente en el sector de comunicación audiovisual. Entre otros, presta servicios de producción, adquisición y reventa de contenidos audiovisuales.

A partir de la temporada 2009/2010, MEDIAPRO está gestionando toda la explotación de los derechos audiovisuales de Liga y de la Copa de S.M. el Rey de fútbol.

MEDIAPRO cuenta con una filial al 100%, Gol Televisión, S.L. (Gol Televisión), que produce un canal de televisión de pago, Gol TV (operativo desde 2008), en el que se emiten, entre otros contenidos, partidos de Liga y Copa de S.M. el Rey de fútbol en España. Gol TV está disponible a través de un canal de Televisión Digital Terrestre (TDT) de pago, que forma parte de los canales correspondientes a Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, S.A., así como a través de diversas plataformas de televisión de pago en España, entre otras, Imagenio (Telefónica), Ono, R-Cable, Euskaltel, Telecable Asturias, Orange, miembros de SECA (Instituto Superior Europeo de Contenidos Audiovisuales) y empresas asociadas de AOTEC (Asociación Nacional de Operadores de Telecomunicaciones y Servicios de Internet).

En la actualidad, IMAGINA MEDIA AUDIOVISUALES S.L. posee el control exclusivo de GESTORA DE INVERSIONES AUDIOVISUALES LA SEXTA S.A. que, junto con Gol TV, emite la televisión en abierto La Sexta. La nueva estructura de control de La Sexta ha sido resultado de la operación de concentración autorizada por el Consejo de la CNC el 8 de febrero de 2012 (RCNC Expte. C-420/12), consistente en la adquisición por IMAGINA MEDIA AUDIOVISUALES S.L. de la participación que el Grupo Televisa, S.A. tenía en el capital de LA SEXTA (40%). La operación de concentración consistente en la adquisición por ANTENA 3 DE TELEVISIÓN S.A. del control exclusivo de GESTORA DE INVERSIONES AUDIOVISUALES LA SEXTA S.A. ha sido notificada a la Comisión Nacional de Competencia el 15 de marzo de 2012.

MEDIAPRO realiza actividades de producción móvil de la señal de televisión a través fundamentalmente de la Sociedad Europea de Unidades Móviles S.L. (EUMOVIL), dedicada a la cobertura de eventos en toda España, así como de transporte contribución de señales audiovisuales a través del principal proveedor de servicios, Overon S.L., una empresa en participación con Abertis Telecom, S.A., y de la que MEDIAPRO posee el 49% del capital.

2. TELEFÓNICA SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.A.U. (TSA) es la empresa del grupo Telefónica especializada en servicios y soluciones audiovisuales. Su objeto social es la prestación de todo tipo de servicios públicos o privados de telecomunicaciones audiovisuales y servicios conexos de producción de contenidos, proceso de señales, servicios interactivos e informática.

El Grupo TELEFÓNICA está activo en el sector de la televisión a través de su negocio IMAGENIO y sus servicios de televisión móvil así como en la compra de contenidos, servicios de contact center y la venta de espacios publicitarios. El Grupo participa asimismo con un 22% en el capital de Digital+, la plataforma de televisión digital por satélite de pago del Grupo PRISA. Por otro lado, sus negocios de Telefónica Servicios Audiovisuales y Telefónica Servicios de Música ofrecen servicios que pueden emplearse en la producción de contenidos para la televisión. TSA ha contratado con el Grupo PRISA la producción móvil de

diversos eventos audiovisuales, como el Mundial de Sudáfrica, la gala de entrega de los Premios Ondas, y la fiesta de la retransmisión de los Oscar.

3. VÉRTICE TRESCIENTOS SESENTA GRADOS, S.A. (VÉRTICE) es la sociedad cabecera de un grupo empresarial que integra a más de veinte compañías activas en el sector audiovisual.

Controla, entre otras, el 100% del capital y los derechos de voto de **Videoreport, S.A.**, sociedad especializada en la prestación de servicios técnicos de producción y comunicación audiovisual, y en el alquiler de medios audiovisuales: servicios de corresponsalías de noticias, unidades móviles de TV, transporte de señales de TV a través de estaciones de satélite, alquiler de cámaras y sistemas de alta definición, realización de eventos, alquiler de medios escenográficos, pantallas de led, etc.

En diciembre de 2010, Vértice Trescientos Sesenta Grados, S.A adquirió la titularidad del 100% del capital de **Lavinia Tec- Com, S.L.**, sociedad cabecera de un grupo empresarial que opera en el sector audiovisual y controla el 100% del capital y los derechos de voto de Lavinia TV-Audiovisual Multiplataforma, S.L., la cual actúa en el mercado de servicios de producción y retransmisión de señal, ofreciendo soluciones diversas para la producción, postproducción, distribución y difusión de contenidos audiovisuales. Asimismo presta servicios, ocasionales o continuados para la transmisión de cualquier tipo de evento (noticias, deportes, actos...) de ámbito nacional e internacional.

II. SECTORES DE ACTIVIDAD AFECTADOS

La DI considera que las conductas objeto de análisis afectan a las siguientes actividades:

4. Reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga Española y Copa de S.M. el Rey.

El ámbito de la actividad económica consistente en la adquisición y reventa de los derechos de retransmisión de partidos de fútbol en España ha sido descrito y delimitado en diversas ocasiones, tanto a nivel comunitario (*Asunto IV/36.438 Audiovisual Sport y AVS II Asunto COMP/37.652*); *COMP/C.37.398 UEFA*; *COMP/38.173 The Football Association Premier League Limited y COMP/37.214 — DFB*; *M.4504 SFR /TELE2 France*, *M.4066 CVC/SLEC*, *M.2876 Newacorp/TELEpiu y M.284 Sogecable/Canal Satélite Digital/Vía Digital*), como por las autoridades de la competencia españolas (*N-06094 Sogecable/AVS (Informe C 102/06 del TDC)*; *N-280 Sogecable/Vía Digital (Informe C 74/02 del TDC)*; *C/0230/10 Telecinco/Cuatro*; *S/0153/09 Mediaproducción*, *S/0006/07 AVS*, *Mediapro*, *Sogecable*, y *Clubs de Fútbol de 1ª y 2ª*, y *319/92 Fútbol por TV del TDC*).

Los análisis precedentes han considerado que los derechos de retransmisión audiovisual de eventos deportivos deben diferenciarse de los de la retransmisión de contenidos de otra naturaleza (por ejemplo, cinematográficos u otros

programas de ficción), entre otras razones porque el alto valor que los consumidores otorgan a las retransmisiones en directo de los eventos deportivos conlleva una depreciación del valor de estos derechos más rápida que la de otros contenidos audiovisuales. Las formas de contratación y programación de los eventos deportivos también son diferentes, así como las necesidades de servicios complementarios específicos que generan (por ejemplo, uso de unidades móviles).

Dentro de los derechos de contenido deportivo, los antecedentes han considerado que la adquisición y reventa de derechos del fútbol se realiza en un contexto diferente al de otros deportes, porque la audiencia de los partidos de fútbol es mucho más elevada y en consecuencia los derechos para su retransmisión televisiva son también mucho más atractivos.

En los encuentros futbolísticos, se ha distinguido entre los regulares y los irregulares. Eventos tales como la Copa del Mundo de fútbol o los partidos de fútbol de los Juegos Olímpicos, que tienen lugar cada cuatro años durante un lapso corto de tiempo, requieren una cobertura televisiva muy elevada, tienen picos de audiencia muy concentrados, y sus estructuras de precios y de comercialización son muy diferentes a, por ejemplo, las de los partidos de Liga. Asimismo, la retransmisión audiovisual del fútbol en directo se distingue de la del fútbol en diferido, porque el fútbol en directo tiene mucho más valor para los consumidores y operadores audiovisuales que el fútbol en diferido. Una excepción son los resúmenes *premium*, que recogen las mejores jugadas de cada partido de la jornada el mismo día. Por otra parte, la reventa de los derechos de retransmisión en directo de la Liga y la Copa de S.M. el Rey de fútbol también presenta características diferentes a la venta de los derechos de retransmisión de competiciones de fútbol europeas (Liga de campeones y UEFA Europa League), por la incertidumbre sobre qué equipos españoles van a jugar las distintas eliminatorias de las competiciones regulares europeas, y porque los sistemas de comercialización y precios de los derechos audiovisuales nacionales y europeos son diferentes.

En España, la adquisición de los derechos de retransmisión en directo de la Liga y la Copa de S.M. el Rey de fútbol corresponde a la fase mayorista de la compraventa, en la que los clubes son oferentes y los revendedores u operadores audiovisuales (como MEDIAPRO) son demandantes. Por el contrario, la reventa corresponde a la fase minorista, en la que los revendedores u operadores de audiovisuales son oferentes y la demanda procede del resto de operadores audiovisuales.

La demanda de retransmisión audiovisual de estos partidos procede fundamentalmente de espectadores nacionales y los principales adquirentes de los derechos de retransmisión en directo de estos partidos son operadores nacionales, sin perjuicio de que también se vendan a operadores extranjeros para su retransmisión en terceros países. En todo caso, el atractivo de estos derechos en el resto del mundo es más reducido que en España, y los precios y el sistema de comercialización en terceros países son diferentes.

5. Producción móvil

La producción móvil de una señal de televisión se lleva a cabo mediante la grabación en directo de eventos que se transmite desde el lugar donde éstos tienen lugar hasta los centros emisores o reemisores. Se realiza mediante el uso de unidades móviles, es decir, de camiones equipados con un conjunto de controles técnicos dotados de un enlace que les permite conectarse con la emisora de televisión y emitir de ese modo en directo. El único elemento que limita su total autosuficiencia es, normalmente, la necesidad de suministro eléctrico, por lo que deben conectarse a una fuente de energía o grupo electrógeno.

El coste de una unidad móvil de producción supera el millón de euros. Existen básicamente dos tipologías de equipos, según que la producción se realice para la definición estándar (SD) o para la de alta definición (HD). La producción de los partidos de fútbol de Liga y Copa de S.M. el Rey exige estándares HD, pero la DI entiende que actualmente la transición de la tecnología SD hacia estándares como el HD o el 3D es un proceso con un calendario abierto y existe todavía suficiente sustituibilidad de la demanda entre los distintos estándares como para que a efectos del presente expediente no sea necesaria una segmentación del mercado por tipología de equipos de la unidad móvil.

De acuerdo con el análisis de la estructura de la oferta de este sector realizado en 2006 por el extinto SDC (Expediente N-06022 Mediapro/Arbol Producciones), MEDIAPRO era ya el operador independiente que contaba con más unidades móviles de producción (16 de 99, en 2004) con una cuota de mercado, excluyendo del total las dedicadas a la autoprestración, de 37,8%. El resto de la producción se realizaba por numerosos operadores y el grado de utilización de la capacidad era reducido.

Desde entonces, se han producido cambios que pueden haber variado esta estructura de la oferta; la propia TSA adquirió a Antena 3 en septiembre de 2009 la sociedad Gloway Broadcast Services, S.L., que contaba con una unidad móvil de producción. Tras los cambios experimentados por el mercado de televisión con la llegada de la TDT, la DI ha estimado la siguiente estructura actual de la oferta en base a las respuestas de los principales operadores del mercado de producción móvil nacional (Vértice 360 Grados, S.A, Lavinia Tec-Com, S.L., Infinia, S.L., VAV Compañía de Producciones, S.L., y CK Televisió) a su requerimiento de información.

Oferta Nacional de Unidades Móviles de Producción

Operador	Número Unidades	Cuota
Mediapro	19	29,7%
VAV	6	9,4%

Infinia	5	7,8%
Vértice 360	5	7,8%
TSA	3	4,7%
Otros	26	40,6%
TOTAL	64	100%

Fuente: Elaboración de la DI en base a requerimientos de información a los operadores

La categoría "**otros**" incluye pequeños operadores con generalmente 1 ó 2 unidades móviles de producción y un ámbito de actuación territorial reducido.

Las estimaciones sobre el total de unidades móviles de producción existentes en el sector son muy diferentes, oscilando entre 101, según MEDIAPRO, y 65 (TSA) ó 64 (VAV). Estos datos no incluyen las unidades de las cadenas de televisión pública, tanto nacional como territoriales, porque son destinadas únicamente a la autoprestación de servicios.

La DI ha descartado la opción de utilizar otras variables para analizar la estructura competitiva de este sector, tales como el número de eventos producidos, el número de jornadas de retransmisión (es decir, el número de días que requiere la producción de un determinado evento), o la facturación. El número de eventos se considera inadecuado por las grandes diferencias existentes entre ellos en cuanto a valor económico y despliegue tecnológico requerido para su producción. En cuanto a la facturación, solo se dispone de las estimaciones proporcionadas por los propios operadores, que son muy diferentes entre sí.

III. HECHOS ACREDITADOS

Los hechos acreditados por la DI en la instrucción de este expediente, descritos a continuación, se refieren a la evaluación de la existencia de vinculación entre diversos contratos celebrados por MEDIAPRO con SOGECABLE. En particular, se refiere a la contratación por SOGECABLE del tercer partido por jornada de Liga de Primera División de fútbol y de los derechos de emisión de los partidos de Liga de fútbol en establecimientos públicos (segunda adenda de 21 de octubre de 2009), a la firma por este operador en esa misma fecha de un contrato con MEDIAPRO para la prestación por este último de servicios de producción móvil de otros eventos y a la venta de dos unidades móviles de producción.

6. El 11 de mayo de 2009 (folios 1234 a 1244), MEDIAPRO elaboró un escrito, que remitió el 12 de mayo de 2009 a distintos operadores de televisión de pago y televisión en abierto, solicitándoles ofertas para obtener licencias de emisión televisiva de partidos y resúmenes de Liga y Copa de S.M. el Rey de fútbol para las temporadas 2009/2010 a 2011/2012.

7. En dicha solicitud de ofertas MEDIAPRO establecía que éstas deberían ajustarse a 11 paquetes definidos por MEDIAPRO. De estos 11 paquetes:

- 7 incorporan explícitamente la frase "los encuentros se entregarán ya producidos": los 3 de Liga de Primera División, cedidos en exclusiva o no; uno de Liga de Segunda División, cedido en régimen de no exclusiva; y los 3 referidos a la Copa del Rey (excepto la final), todos ellos cedidos en exclusiva.
 - 4 no incorporan explícitamente la frase "los encuentros se entregarán ya producidos": 2 de Liga de Segunda División; y los resúmenes de partidos de Liga de Primera y Segunda División (2 paquetes), si bien MEDIAPRO aclara que esta diferencia es únicamente "... una omisión fortuita, fruto de la celeridad y premura con la que se tuvieron que adjudicar y negociar un elevado número de paquetes..." (folio 796).
8. Asimismo, en junio de 2009 MEDIAPRO remitió a los operadores de televisión las condiciones generales para la retransmisión, en régimen de pago por visión, de los partidos de fútbol de Liga y Copa de S.M. el Rey (folios 40 a 43), especificando también que "los partidos se entregarán ya producidos...".
9. Tras el envío de la solicitud de ofertas, MEDIAPRO negoció con distintos operadores de televisión en abierto o de pago en España, firmando contratos con algunos de ellos.
10. Hasta la temporada 2007/08 la producción de los partidos de Liga y Copa de S.M. el Rey que se emitían en Canal+, controlado por Sogecable, era realizada por la propia Sogecable con sus unidades móviles SD. Por su parte, AVS [Audio Visual Sport, S.A], controlada conjuntamente por Sogecable y Televisió de Catalunya, subcontractaba con MEDIAPRO la producción de los partidos en abierto y el resto en PPV [Pago Por Visión].
11. Durante las temporadas 2007/08 y 2008/09, tras el conflicto que enfrentó a AVS y MEDIAPRO por los derechos de fútbol, TSA realizó la producción y la transmisión/contribución de todos los partidos en Alta Definición de Canal+ y de uno o dos partidos por jornada en la modalidad de "pago por visión" para AVS. La producción del resto de partidos fue contratada por AVS a otras empresas que se dedican a la prestación de dichos servicios (VAV, Infinia, Videoreport, etc).
12. Desde el comienzo de la temporada 2009/2010 MEDIAPRO se encarga, entre otros, de la producción de los partidos de fútbol de Liga de Primera División, Segunda y Copa de S.M. el Rey, tanto para abierto como para televisión de pago o PPV.
13. En 2010 esta actividad supuso la producción de 419 eventos (folios 1157 y 1158). Asimismo, MEDIAPRO produjo otros 20 eventos correspondientes a partidos de fútbol de la Liga de Campeones y UEFA. Cabe concluir por tanto que en este año MEDIAPRO habría producido un total de 439 eventos futbolísticos, esto es, el 94% del total de partidos producidos en España.
14. MEDIAPRO ha producido además 162 eventos deportivos entre los que se incluyen motos, ciclismo, baloncesto, Fórmula 1 y otros, lo que eleva a 601 el total de eventos deportivos producidos en 2010.

15. En términos globales, *MEDIAPRO* estima que en 2010 la actividad de producción móvil en España alcanzó los 4.458 eventos.

16. A resultas de la solicitud de ofertas mencionada, *MEDIAPRO* y *SOGEABLE* firmaron el 4 de junio de 2009 un contrato (folios 1245 a 1263) por el que éste último adquiere para el periodo 2009/2010 a 2011/2012 los derechos de emisión de:

- dos partidos de Liga de Primera División por jornada, siendo uno siempre del Real Madrid o del Barcelona, de dos partidos de Liga de Segunda División por jornada, y de los partidos de Copa de S.M. el Rey que no se emitan en televisión en abierto o de pago, para su retransmisión a través de un canal temático de deportes de Sogecable (que finalmente fue denominado Canal+ Liga), sólo a clientes residenciales. En el contrato se establece que estos partidos también se emitirán por Gol TV, teniendo *MEDIAPRO* reservada la explotación de estos partidos en bares y hoteles, aunque se establece que se negociará que Sogecable también pueda explotar estos partidos en establecimientos de hostelería. Asimismo, se indica que si Gol TV emite más partidos por jornada, Sogecable también tendría derecho a comprarlos, por una contraprestación adicional a determinar.

- de un partido de Liga de Primera División por jornada, un partido de Segunda División por jornada y un partido de Copa de S.M. el Rey por jornada, para su retransmisión a través de Canal+ (que no podría retransmitirse en TDT de pago), para todo tipo de clientes, incluidos establecimientos de hostelería. En este caso los derechos son en exclusiva.

17. El anterior contrato incorpora una Estipulación sexta, relativa a la producción de los partidos que señala lo siguiente: "Mediapro se encargará de la producción de todos los partidos a los que se refiere este Acuerdo. La producción de todos los partidos de Primera División (por lo menos 3), y la primera elección de Copa, que emita CSD deberá hacerse en HD y Mediapro entregará la señal de todos los partidos a CSD, tanto los que se emitan en HD como los que no, limpia y sin logos o marcas de ningún tipo. La contraprestación por producción de partidos es parte de la contraprestación general aceptada en este Acuerdo". Este contrato ha sido ampliado, al menos, en dos ocasiones, como se detalla posteriormente.

18. El 22 de junio de 2009 *MEDIAPRO* envió a *TSA* un documento (folios 40 a 43) con las condiciones generales de la oferta para la retransmisión de partidos de fútbol de Liga y Copa de S.M. el Rey con carácter no exclusivo en régimen de PPV. Entre dichas condiciones se incluye que "los partidos se entregarán ya producidos...".

19. Mediante carta de 8 de julio de 2009 *TSA* (folios 44 y 45) mostró a *MEDIAPRO* su interés en colaborar en la producción audiovisual y en la transmisión/contribución de la señal de los partidos y en cualquier otro servicio accesorio o complementario que *MEDIAPRO* necesitase.

20. Por carta de 17 de julio de 2009 (folios 46 y 47), MEDIAPRO ofreció a TSA la oportunidad de mantener un encuentro para explorar nuevas vías de colaboración, emplazando a esta última para la celebración de una reunión.

21. Tras el intercambio de varios correos electrónicos entre TSA y MEDIAPRO para acordar el día de la celebración de la referida reunión (folios 48 a 55), finalmente tuvo lugar el día 31 de agosto de 2009, una vez que la Liga estaba ya iniciada y se había disputado una jornada de la misma.

22. Tras contacto telefónico, el 18 de agosto de 2009 SOGECABLE solicitó a MEDIAPRO por correo electrónico (folios 648 a 651) propuesta económica para el tercer partido por jornada de Liga de Primera División retransmitido por GoITV. Dicha solicitud se realizó al amparo de lo establecido en el acuerdo de 4 de junio de 2009 que, en su apartado 2.2, preveía que "En caso de que el canal denominado GoITV emita más partidos de los que aquí se establecen, también formarán parte de los derechos autorizados a CSD, pero las partes deberán acordar una contraprestación adicional...".

23. En el mes de septiembre 2009, SOGECABLE mostró su interés por contratar los servicios profesionales de alguna empresa oferente para la prestación de los servicios de producción audiovisual para su emisión por televisión de un total de 171 producciones incluyendo corridas de toros y acontecimientos deportivos (Copa de la UEFA, Liga ASOBAL, Fútbol Indoor y Fútbol 7. En el mismo acuerdo, SOGECABLE pretendía vender las dos unidades móviles de producción que utilizaba para esas funciones.

24. En este sentido, el 10 de septiembre de 2009 SOGECABLE remitió a TSA una propuesta de externalización de la prestación del servicio de unidades móviles (folios 591 a 595).

25. También el 10 de septiembre de 2009, SOGECABLE envió a MEDIAPRO por correo electrónico (folios 652 a 662) borrador de la primera addenda (relativa a la retransmisión de partidos en PPV), así como de la segunda addenda (relativa al tercer partido de GoITV y la retransmisión en locales públicos).

26. El 11 de septiembre de 2009, MEDIAPRO y SOGECABLE firmaron una primera addenda al contrato de 4 de junio de 2009 (folios 1264 a 1267), por la que MEDIAPRO le cedía la señal de al menos cinco partidos de Liga de Primera División de fútbol por jornada para su emisión en PPV. Dichos partidos "serán también producidos por Mediapro en los términos de la Estipulación sexta" del contrato de 4 de junio de 2009. Asimismo, esta addenda menciona que dichos términos han sido desarrollados en un contrato de prestación de servicios negociado entre las partes que a la fecha de la firma de la addenda aún no había sido firmado.

27. Con fecha 21 de septiembre de 2009, MEDIAPRO remitió a SOGECABLE una oferta para adquirir sus unidades móviles y prestar determinados servicios de producción audiovisual asociados a las mismas (folios 744 a 746).

28. Con fecha 8 de octubre de 2009, TSA elabora, junto a Videoreport, una *Propuesta de Externalización del Servicio de Unidades móviles de SOGECABLE* (folios 136 a 155), que incluye tanto la oferta de producción de los eventos considerados como la adquisición de las unidades móviles de SOGECABLE.

29. Durante el mes de octubre de 2009, SOGECABLE, TSA y su socio estratégico Videoreport mantuvieron varias reuniones para satisfacer el interés de SOGECABLE de contratar los servicios profesionales de alguna empresa que prestara servicios de producción, realización y postproducción audiovisual de eventos, así como la transmisión de la señal, para su retransmisión por televisión.

30. El viernes 16 de octubre de 2009, SOGECABLE alcanza un acuerdo con TSA y Videoreport sobre la práctica totalidad del contenido del contrato, intercambiándose borrador del contrato que ya se había anticipado el día 9 (folios 80 a 90) y estableciendo el martes de la semana siguiente como fecha objetivo para la firma del mismo.

31. Los días 19 y 20 de octubre de 2009, SOGECABLE y MEDIAPRO intercambian correos electrónicos (folios 1089 y 1090) con borradores de la segunda adenda y del contrato de unidades móviles y producción. En uno de ellos MEDIAPRO propone una conferencia la tarde del día 20 para cerrar las negociaciones.

32. El 21 de octubre de 2009, TSA y Videoreport constituyen una *Unión Temporal de Empresas (UTE)* (folios 91 a 128), como paso previo necesario para prestar los servicios y suministros que se habían acordado preliminarmente con SOGECABLE, a falta únicamente de la firma del contrato.

33. El mismo día 21 de octubre de 2009 culmina el proceso de negociación entre MEDIAPRO y SOGECABLE con la firma de una segunda addenda (folios 675 a 694) por la que, entre otros elementos, éste último adquiere para las temporadas 2009/10 a 2011/2012 los derechos de emisión del tercer partido por jornada de Liga de Primera División, a través de Canal+ Liga, a sus abonados residenciales, así como, para las mismas temporadas, los derechos de emisión a abonados comerciales de los partidos emitidos en PPV y a través de Canal+ Liga. Esta addenda incorpora un punto Quinto referido a la Producción del tercer partido, conforme a la Estipulación Sexta del Acuerdo de 4 de junio de 2009 y menciona que el contrato de prestación de servicios negociado entre las partes aún no ha sido firmado. El referido apartado Quinto, establece un conjunto de condiciones específicas a aplicar en la producción que, entre otras, regulan el acceso de SOGECABLE a la producción y realización de los partidos, posibilitando la personalización de los mismos, así como el acceso de sus cámaras móviles y de las de Cuatro a los estadios de Primera y Segunda División.

34. También el 21 de octubre de 2009 MEDIAPRO (a través de EUMÓVIL) y SOGECABLE (a través de su filial Canal Satélite Digital, S.L.) firmaron un contrato (folios 254 bis a 318) por el que el segundo vende a MEDIAPRO dos unidades móviles de producción, siendo también objeto del contrato la prestación por parte de esta última de los servicios de producción de un mínimo de 170 eventos

anuales recogidos en el mismo y que venían siendo producidos por SOGECABLE. La duración del contrato es de tres años, prorrogables de manera obligatoria a elección de MEDIAPRO hasta cinco si en los tres iniciales no se alcanzan los 570 eventos.

35. La tarde del propio 21 de octubre de 2009, SOGECABLE comunicó a TSA y Videoreport que, finalmente, no suscribiría el referido contrato, por haber alcanzado un acuerdo con MEDIAPRO para la prestación de los servicios de producción audiovisual que necesitaban.

36. El 22 de octubre de 2009 la prensa nacional se hace eco (folios 129 a 132) del acuerdo entre MEDIAPRO y SOGECABLE por el que se estipula la cesión de los derechos de emisión del tercer partido de Gol TV en Canal+ Liga, mencionado más arriba.

37. También el 22 de octubre de 2009 se concreta el proceso de diálogo iniciado el 8 de julio entre MEDIAPRO y TSA, mediante el envío por parte de esta última a MEDIAPRO de una oferta de servicios (folios 56 a 66) en relación con la producción de los partidos de fútbol de la Liga Española y la Copa de S.M. el Rey correspondientes a las temporadas 2009/2010, 2010/2011, y 2011/2012.

38. Mediante conversación telefónica, el 28 de octubre de 2009 MEDIAPRO trasladó a TSA que no tenía intención de contratar los servicios técnicos de producción de partidos de fútbol ofertados, manifestando no obstante su interés en la compra de alguna de las unidades móvil de producción de TSA.

39. Por carta de 5 de noviembre de 2009 TSA remitió a MEDIAPRO la referida oferta en relación a varias de sus unidades móviles de producción (folios 67 a 79).

40. Mediante correo electrónico de 2 de febrero del 2010, y en virtud del apartado 2.2 del contrato de 4 de junio de 2009, MEDIAPRO ofrece a SOGECABLE la posibilidad de cesión de un cuarto partido de la jornada de Liga de 1a División que comenzaría a emitir GoITV (partido de los lunes) para su emisión en Canal+ Liga, oferta que es rechazada por SOGECABLE, que seguirá emitiendo dicho partido en PPV (folios 645 a 647).

41. Finalmente, el 3 de marzo de 2010 MEDIAPRO y SOGECABLE firmaron un contrato (folios 242 a 253) cuyo objeto es el servicio para el transporte contribución de todas la señales de televisión, en su totalidad y/o resúmenes, de los partidos objeto del contrato entre las partes de 4 de junio de 2009, y sus adendas de 11 de septiembre y 21 de octubre de 2009. SOGECABLE afirma (folio 204) que dicho contrato se suscribió conforme a lo establecido en el contrato de 4 de junio de 2009 y sus addendas, donde se alude a un contrato de servicios negociado entre las partes, si bien el servicio se refirió únicamente al transporte de la señal con efectos retroactivos, dejando los demás términos y condiciones de la producción a lo previsto en el contrato y el pacto quinto de la segunda adenda.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

Primero.- Objeto de la resolución. Propuesta de la DI

El propósito de esta resolución es dar respuesta, a la luz de los hechos probados y de las alegaciones de las partes, a la propuesta de resolución del órgano instructor, que propone al Consejo:

PRIMERO. *Que se declare la existencia de conductas prohibidas por el artículo 2 de la LDC, así como por el artículo 102 del TFUE, consistentes en la vinculación de la contratación por Sogecable del tercer partido por jornada de Liga de Primera División de fútbol y de los derechos de emisión de los partidos de Liga de fútbol en establecimientos públicos (Segunda addenda de 21 de octubre de 2009), a la firma por Sogecable con MEDIAPRO de un contrato de 21 de octubre de 2009, para la prestación de servicios de producción móvil de otros eventos y la venta de dos unidades móviles de producción.*

SEGUNDO. *Que se declare responsable de dicha infracción a Mediaproducción, S.L. (MEDIAPRO).*

TERCERO. *Que la conducta prohibida se tipifique, a los efectos de determinación de la sanción a imponer, como infracción muy grave del artículo 62.4.b) de la LDC.*

CUARTO. *Que se imponga la sanción prevista en el artículo 63 de la LDC, teniendo en cuenta los criterios para la determinación de la sanción previstos en el artículo 64 de la LDC.*

QUINTO. *Que se intime a MEDIAPRO para que en el futuro se abstenga de realizar las prácticas sancionadas y cualesquiera otras de efecto equivalente.*

SEXTO. *Que se adopten los demás pronunciamientos a los que se refiere el artículo 53 de la LDC, en la medida que resulten pertinentes.*

SÉPTIMO. *Que se declare que no se ha acreditado la existencia de una infracción de los artículos 1 LDC y 101 TFUE en los contratos de MEDIAPRO con terceros operadores, relacionados con la contratación de servicios de producción móvil de eventos.*

La DI fundamenta esta propuesta de resolución en los términos descritos a continuación.

En su IP la DI señala que procede "evaluar de forma separada si, por una parte, los distintos acuerdos analizados en el presente expediente, firmados por MEDIAPRO con terceros operadores audiovisuales para la reventa de derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey de fútbol para las temporadas 2009/2010 y siguientes, en lo que se refiere a la producción móvil de la señal de eventos y su transporte contribución, pueden ser incompatibles con los artículos 1 LDC y 101 TFUE, y si, por otra parte, la actividad desarrollada por MEDIAPRO en

relación con la contratación de servicios de producción móvil puede vulnerar los artículos 2 LDC y 102 TFUE".

Respecto a la afectación al comercio intracomunitario, la DI considera que se cumplen los criterios de posible afectación desarrollados en la Comunicación de la Comisión Europea de directrices relativas al concepto de efecto sobre el comercio, dado que la actividad de reventa de derechos audiovisuales desarrollada por MEDIAPRO es susceptible de afectar de forma significativa a las condiciones de competencia en el mercado de producción móvil en España, que es una parte significativa de la Unión Europea, y que los operadores en este mercado participan en licitaciones por la producción móvil de eventos internacionales retransmitidos a nivel global. Ello permite la aplicación de los artículos 101 y 102 TFUE a los efectos del presente expediente

La DI ha analizado en primer lugar en sede de los artículos 101 TFUE y 1 LDC los contratos de producción móvil de diversos eventos no relacionados con los partidos de fútbol de Liga y Copa del Rey firmados por MEDIAPRO con diversos operadores. En relación con dichos contratos, la DI considera que no es posible acreditar la existencia de una infracción de lo dispuesto en estos artículos. El análisis ha puesto de manifiesto, en particular, que los contratos formarían parte del ámbito de aplicación del Reglamento de la CE 330/10 de Restricciones Verticales, porque su duración es inferior a cinco años y no consta acreditado que MEDIAPRO represente más del 30% de la producción móvil nacional.

En cuanto a los artículos 102 TFUE y 2 LDC, la DI, en base a los hechos descritos en el HP II, y a diversos antecedentes de las autoridades de competencia comunitaria y nacional, identifica los mercados de producto relevante siguientes:

- Mercado de reventa de derechos de retransmisión audiovisual de partidos de fútbol de Liga y Copa de S.M. el Rey (Casos N-06094 Sogecable/AVS (C-102/06 del TDC), RCNC Expte. S-0006/07 AVS/Mediapro/Sogecable/Clubs de fútbol de 1ª y 2ª División, y RCNC Expte. S/0153/09 Mediapro). Se considera que el ámbito geográfico relevante de este mercado es nacional, porque el atractivo de estos derechos en el resto del mundo es más reducido que en España, y los precios y el sistema de comercialización de los derechos en terceros países son diferentes, como se ha señalado en el HP II.
- Mercado de producción móvil de la señal audiovisual (caso COMP/M2483 Group Canal+/RTL/GJCD/JV; Expediente del extinto SDC N-06022 Mediapro/Arbol Producciones). El ámbito geográfico exacto de este mercado, según criterio tanto de la Comisión Europea como de la autoridad nacional de competencia expresado en los precedentes anteriormente mencionados, se ha dejado abierto, si bien la CE consideró que el hecho de que los operadores presentes en el mismo presten habitualmente servicios más allá de sus fronteras podría indicar una dimensión superior a la nacional, en tanto que el extinto SDC analizó la incidencia de la conducta considerada en el ámbito nacional, sin perjuicio de su afectación al comercio entre los Estados Miembros de la Unión Europea.

La DI identifica asimismo un mercado de servicios de transporte contribución, es decir, el transporte correspondiente a la primera fase en la transmisión de señales audiovisuales, que cubre la comunicación punto a punto de la señal audiovisual no elaborada ni editada desde donde tiene lugar el acontecimiento hasta el centro de producción del radiodifusor, o desde este centro de producción hasta la cabecera de red del operador de difusión. Aunque los servicios de producción móvil y los de transporte contribución pueden ser contratados por separado, son muchos los operadores de televisión que los contratan conjuntamente con una misma sociedad. En todo caso, puede considerarse que la existencia de un mercado de transporte contribución es una cuestión abierta que no afecta a la evaluación de las conductas analizadas en este expediente.

La DI señala que:

"El artículo 102 TFUE considera contraria al mercado interior y prohíbe "la explotación abusiva, por parte de una o más empresas, de una posición dominante en el mercado interior o en una parte sustancial del mismo. Tales prácticas abusivas podrán consistir, particularmente, en: ...d) subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos."

A su vez, el artículo 2.1 LDC, prohíbe *"la explotación abusiva por una o varias empresas de su posición de dominio en todo o en parte del mercado nacional"*, y el artículo 2.2 LDC establece que dicho abuso *"podrá consistir, en particular, en:...e) La subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o con arreglo a los usos de comercio no guarden relación con el objeto de dichos contratos."*

La DI destaca que de lo anterior y de la práctica de la CNC se deduce que para determinar la existencia de un abuso de posición de dominio, en primer lugar, es necesario delimitar si MEDIAPRO dispone de una posición de dominio en alguno de los mercados relevantes identificados anteriormente, y en segundo lugar se debe analizar si algunas de las conductas desarrolladas por MEDIAPRO son susceptibles de ser abusivas, ya sea por la exclusión o explotación de sus competidores o de los consumidores.

Respecto a la posición de dominio de MEDIAPRO, la DI destaca que: *"Anteriormente se ha determinado que uno de los mercados relevantes a los efectos del expediente de referencia es el mercado de reventa de derechos de retransmisión audiovisual de partidos de fútbol de la Liga y Copa de S.M. el Rey en España."*

Adicionalmente, en línea con lo señalado en los hechos acreditados y en los expedientes S/0006/07 y S/0153/09, se ha verificado que para las temporadas 2009/2010 a 2011/2012, MEDIAPRO dispone de los derechos audiovisuales del 100% de los clubes de fútbol que militaban en Liga de Primera y Segunda División de fútbol en España en la temporada 2009/2010. A partir de estos datos se puede deducir que MEDIAPRO mantiene una posición de dominio en el mercado de

reventa de derechos de retransmisión en directo de partidos de fútbol de la Liga y Copa de S.M. el Rey, dado que cuenta con una independencia muy significativa frente a competidores y consumidores a la hora de configurar e implementar el modelo de explotación audiovisual de los partidos de fútbol de estas competiciones."

La DI analiza a continuación si las conductas de MEDIAPRO objeto de este expediente pueden constituir un abuso de esa posición de dominio, considerando que:

"De los hechos acreditados se deducen posibles prácticas abusivas de MEDIAPRO derivadas de la subordinación de la celebración de contratos de venta de derechos de retransmisión televisiva de los partidos de fútbol de la Liga Española y la Copa de S.M. el Rey a la contratación de servicios de producción móvil y servicios de transporte contribución, que por su naturaleza, no guardan relación con el objeto de dichos contratos, lo que ha podido tener efectos exclusionarios sobre la competencia, fundamentalmente en el mercado de producción móvil, entre otras razones, al limitar el acceso de terceros competidores a una parte importante de la demanda de servicios de producción móvil.

El artículo 102.d) del TFUE prohíbe "subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos: La misma prohibición se establece, en términos análogos, en el artículo 2.2.e) LDC.

Una empresa incurre en la prohibición de los artículos 102.d) TFUE y 2.2.e) LDC si condiciona el suministro de un producto respecto del cual ostenta una posición de dominio (producto vinculante) a la adquisición por los clientes de otro producto (producto vinculado). La vinculación suele hacer referencia a las situaciones en las que se obliga a los clientes que compren un producto (el producto vinculante) a comprar también otro producto de la empresa dominante (el producto vinculado), pudiendo ser la vinculación de carácter técnico o contractual.

En el presente caso, MEDIAPRO tiene una posición de dominio en el mercado vinculante, de reventa de derechos de retransmisión audiovisual de partidos de fútbol de la Liga y Copa de S.M. el Rey en España".

La DI analiza a continuación si dichos derechos (producto vinculante) y los servicios de producción móvil (producto vinculado) son dos productos diferenciados o un único producto desde el punto de vista de la demanda, destacando que:

"La posibilidad de que producto vinculado y vinculante se compren por separado está confirmada por la experiencia pasada, cuando AVS gestionaba los derechos de emisión de los partidos y La Sexta producía a través de MEDIAPRO los partidos cuyos derechos había adquirido. Y esto es, precisamente, lo que acontece también en el modelo FORTA actualmente empleado por MEDIAPRO

con las televisiones autonómicas, en el que ellas mismas se encargan de la producción de los partidos de Liga de Segunda División española”

“La propia MEDIAPRO reconoce que los servicios de producción móvil podrían distinguirse desde el punto de vista de demanda, como ya ocurre en algún otro país. Así, afirma que “Mediapro se reserva el derecho a cobrar de forma separada por ambas partidas si el mercado evoluciona y se comienza a distinguir desde el punto de vista de demanda entre estas dos prestaciones (como ocurre ya en algún otro país)” (folio 1180).

“La diferenciación de productos se confirma también, indirectamente, por la presencia en el mercado de producción móvil de operadores especializados en prestar este tipo de servicios y que, además, tienden a no vincular ni vender por paquetes estos productos, lo que reforzaría la consideración de dos productos distintos.

En respuesta a la alegación de MEDIAPRO de que el modelo FORTA constituye una excepción justificada por el interés local característico de los partidos de Liga de 2ª División, que no requiere el cumplimiento de los requisitos de neutralidad y objetividad exigidos en la producción de partidos de Liga de 1ª División, para la que el uso de un modelo *host broadcaster* es esencial, la DI constata que, efectivamente, este modelo es la práctica común en la retransmisión de eventos deportivos. Ello es debido a que este modelo, mediante el cual un único operador se encarga de la producción de la señal que será retransmitida por él o los operadores con derecho a ello, presenta importantes eficiencias potenciales en términos de garantía de una señal neutra y objetiva, de estabilidad en las condiciones y características del servicio y de minimización de los costes de transacción, así como de su capacidad para generar sinergias en la producción del producto final y evitar problemas de compatibilidad o coordinación. De hecho, este sistema es el utilizado en la retransmisión de eventos propiedad de la FIFA, la UEFA, el COI o el *Formula One Group*.

No obstante, la DI considera que la obtención de estas eficiencias no exige que sea el propio gestor de los derechos audiovisuales el encargado de su producción. Los antiguos propietarios de los derechos de retransmisión considerados, SOGECABLE y AVS, aplicaban ese mismo modelo, proporcionando a sus clientes un producto que integraba el servicio de producción con los derechos de retransmisión, pero la producción de la señal era subcontratada en numerosas ocasiones a operadores activos en el mercado de producción móvil. Cabe pues la posibilidad de abrir la producción a operadores presentes en el mercado exigiendo, en cualquier caso, los requisitos y condiciones técnicos necesarios para garantizar una señal de calidad, neutra y objetiva.

En cuanto al posible cierre anticompetitivo causado por la vinculación entre reventa de derechos de retransmisión audiovisual de determinados eventos y la prestación de servicios de producción móvil, la DI considera que MEDIAPRO ha incurrido en dos tipos de vinculación que deben analizarse por separado:

- Una vinculación jurídica de la reventa de derechos de fútbol con los servicios de producción móvil y transporte contribución a los operadores de televisión.
- Una vinculación de hecho de la reventa del tercer partido por jornada de Liga de Primera División a Sogecable y de los derechos de emisión de los partidos de Liga en establecimientos públicos (segunda adenda de 21 de octubre de 2009) a cambio de la firma de un contrato de prestación de servicios de producción móvil de determinados eventos y venta de dos unidades móviles de producción en esa misma fecha.

Respecto a la primera de estas dos vinculaciones, la DI considera que de la información obrante en el expediente no cabría concluir que haya producido o pueda provocar un cierre de mercado lesivo para los consumidores, no suponiendo, por consiguiente, una infracción de los artículos 2 de la LDC y 102 del TFUE. Muchos de los partidos de Liga y Copa de S.M. el Rey de fútbol son vendidos en condiciones no exclusivas a distintos operadores audiovisuales en España, para los que el modelo más eficiente de adquisición es probablemente el *host broadcaster*, y en el caso de los partidos vendidos en exclusiva a SOGECABLE para su retransmisión por Canal+, en el que esta justificación de eficiencia no resulta tan relevante, no se ha podido acreditar que esta práctica haya tenido un efecto exclusionario real, en la medida que SOGECABLE no ha manifestado interés en contratar los servicios de producción de estos partidos con terceros o en autoprestárselos.

Por el contrario, la vinculación de hecho de la venta a SOGECABLE de la segunda adenda con la adjudicación por este operador a MEDIAPRO de la externalización de la producción móvil de determinados eventos conlleva, a juicio de la DI, un cierre anticompetitivo fundamentalmente en el mercado del producto vinculado (servicios de producción móvil), al contribuir al debilitamiento de los competidores de MEDIAPRO en este mercado, en el que este operador cuenta con una cuota cercana al 30% de la oferta y con un acceso privilegiado a una parte muy importante de la demanda, por disponer de una cuota del 100% en el mercado de reventa de derechos de retransmisión audiovisual de partidos de fútbol de la Liga y Copa de S.M. el Rey en España.

La DI considera asimismo que los efectos de esta conducta han afectado a la capacidad competitiva de TSA y Videoreport en el mercado de producción móvil al verse excluidos de forma anticompetitiva en la licitación por la oferta de externalización de los servicios de producción móvil de diversos eventos de SOGECABLE. Esta conducta habría limitado asimismo la libertad de empresa de SOGECABLE a la hora de contratar los servicios de producción móvil que había ofertado.

En consecuencia, a la vista de todo lo anterior y de los hechos probados en la instrucción, la DI considera acreditado que, con esta conducta, MEDIAPRO ha incurrido en un abuso de posición de dominio en el mercado de reventa de derechos de retransmisión audiovisual de partidos de fútbol de Liga y Copa de S.M. el Rey, de acuerdo con los artículos 2 de la LDC y 102 del TFUE, que ha tenido efectos exclusionarios en el mercado de producción móvil.

En la medida que esta vinculación abusiva ha sido realizada por MEDIAPRO y este operador es también el que suscribe directa o indirectamente a través de sus filiales los contratos vinculados, MEDIAPRO sería responsable de dicha infracción, considerada muy grave por la DI.

Por último, el órgano instructor señala que no se ha podido acreditar el carácter anticompetitivo de otras dos conductas de MEDIAPRO denunciadas por TSA como supuestamente infractoras de los artículos 2 de la LDC y 102 del TFUE. Estas conductas son:

- Subvención cruzada: MEDIAPRO estaría subvencionando la gratuidad de los servicios de producción móvil a través de un incremento en el precio de reventa de los derechos de emisión de los partidos de fútbol de Liga y Copa de S.M. el Rey.
- Precios predatorios: esta conducta quedaría acreditada, según TSA, por la propia MEDIAPRO, al reconocer que no exige contraprestación alguna por la producción de la señal de los partidos.

La DI señala que la información disponible no permite afirmar que MEDIAPRO esté llevando a cabo ninguna de estas dos conductas, puesto que el precio final del producto comercializado incluye tanto el concepto de cesión de derechos de retransmisión como el de entrega de señal ya producida, y el hecho de que no se explicita la cuantía de cada uno de estos conceptos por separado no significa que MEDIAPRO no esté percibiendo un importe por el servicio de producción prestado o que lo realice sin exigir contraprestación.

Segundo.- Alegaciones de las partes

Solamente han presentado alegaciones TSA y MEDIAPRO. No se ha solicitado prueba ni vista.

TSA

Considera que la vinculación de hecho del acceso de SOGECABLE a la segunda adenda de 21 de octubre de 2009 con la firma por este operador de un contrato de prestación de servicios de producción móvil y venta de dos unidades móviles de producción con MEDIAPRO es de carácter marcadamente anticompetitivo.

SOGECABLE habría renunciado a que de la competencia por ese contrato se desprendieran unas condiciones más beneficiosas para él, porque necesitaba disponer inmediatamente del tercer partido si no quería que CANAL + LIGA perdiera más clientes a favor de Gol TV. El anuncio de la firma de la segunda adenda se produjo tan sólo un día después de que TSA fuera informada por SOGECABLE de que, finalmente, no iban a suscribir el contrato, porque ya habían contratado esos servicios con MEDIAPRO. El extinto Tribunal de Defensa de la Competencia resaltó (TDC C 102/06 SOGECABLE/AVS) la relevancia de los derechos futbolísticos para la penetración y consolidación de las plataformas de televisión de pago, al configurarse como un contenido *driver*, merced al cual el consumidor está dispuesto a abonarse a una plataforma, y *premium* junto con los recientes estrenos cinematográficos

MEDIAPRO ha llevado a cabo además otro empaquetamiento o vinculación anticompetitiva de carácter jurídico, al vender los derechos de emisión en televisión de los partidos de Liga y Copa de S.M. el Rey de los que es titular junto con la prestación de los servicios de producción móvil de dichos partidos a través de sociedades de su Grupo.

Hasta la irrupción de MEDIAPRO como única detentadora de los derechos de emisión de partidos de fútbol, la propietaria de los derechos del fútbol, Audiovisual Sport (AVS), contrataba la producción móvil con diversos operadores en el mercado a excepción de los partidos de fútbol de pago por visión, en los que, en base al principio de *host broadcaster*, AVS vendía los derechos con la señal ya producida. No obstante, incluso en ese caso contrataba esos servicios con distintos operadores (TSA, VAV, Infinia, etc.), utilizando un *host broadcaster* para cada partido, pero no un mismo *host broadcaster* para todos ellos. SOGECABLE basaba su elección en criterios económicos y de calidad de servicios, seleccionando a TSA para la producción móvil de algunos de sus partidos, mientras que, por ejemplo, La Sexta los producía a través de MEDIAPRO.

A su juicio, este empaquetamiento es anticompetitivo porque es susceptible de dar lugar a un cierre del mercado. TSA alega que la ausencia de una manifestación expresa de SOGECABLE de su interés por ofrecer la producción de estos partidos de fútbol a otros operadores distintos de MEDIAPRO o autoprestárselos no significa que no se encuentre mermada su capacidad de decidir, y, según criterio de la CE y del TJCE, la simple restricción de la capacidad del consumidor para elegir libremente es suficiente para calificar de abusivo un empaquetamiento.

Este empaquetamiento sustrae a la competencia una parte de la demanda del mercado de producción móvil estimada en más del 50% por diversos operadores, produciendo así la expulsión de este mercado de algunos competidores, como indica el que el único operador interesado en la adquisición de una unidad móvil puesta a la venta desde hace algún tiempo por TSA sea precisamente MEDIAPRO.

Alega que el efecto exclusionario es mucho más grave para los operadores con unidades móviles de producción en HD, porque la producción de los eventos que pueden rentabilizar una unidad móvil de HD (fútbol, otros deportes y toros) ha sido monopolizada por MEDIAPRO. El uso de estas unidades en la producción de eventos menores como conciertos, acontecimientos políticos o actos sociales no es rentable, porque la diferencia entre ambas tecnologías no es crucial para los demandantes de servicios de producción móvil de este tipo de acontecimientos, y las unidades móviles de SD siempre podrán aplicar precios más bajos que las de HD. Desde el lado de la oferta, tampoco puede apreciarse sustituibilidad, dadas las inversiones sustancialmente más elevadas que requiere la producción móvil en HD.

El empaquetamiento no está justificado por ganancias de eficiencia porque el modelo *host broadcaster* se podría utilizar sin necesidad de que un único

operador preste los servicios de producción móvil de todos los partidos de Liga y Copa de S.M. E Rey.

MEDIAPRO

Alega indefensión por vulneración de sus derechos, al haber sido declarados confidenciales por la DI dos elementos cruciales para su defensa. Uno es el borrador de oferta para el contrato de externalización de servicios de producción móvil de SOGECABLE presentado por TSA/Videoreport (*Anexo 8, folios 80 a 90*). El otro es la respuesta de SOGECABLE al requerimiento de información de la DI sobre las razones por las que finalmente decidió no perfeccionar dicho contrato con TSA y Videoreport, y en particular, sobre el efecto que tuvo sobre el rechazo de dicha oferta la firma del contrato de la segunda adenda con MEDIAPRO (folios 1083 a 1085).

Considera que la infracción del artículo 2 LDC y 102 TFUE que se le imputa no está acreditada, puesto que:

- No disfruta de una posición de dominio en el mercado de reventa de derechos de retransmisión audiovisual de los partidos de Liga y Copa de S.M. el Rey, porque su capacidad de actuar con independencia en ese mercado está restringida por el poder del operador dominante aguas abajo, SOGECABLE, que representa más del 60% de la demanda.
- No está acreditada la subordinación del acceso de SOGECABLE a la segunda adenda a la adjudicación a MEDIAPRO del contrato de externalización de la producción de 171 eventos firmado el 21 de octubre de 2009.

El órgano instructor no ha tenido en cuenta que su oferta económica era mejor que la de TSA; que la coincidencia de las fechas de firma de la segunda adenda y del contrato de prestación de servicios de producción móvil de referencia es insuficiente para demostrar la existencia de vinculación de ambos contratos, tratándose simplemente de negociaciones paralelas cronológicamente, pero independientes; que en septiembre de 2009 SOGECABLE invitó a los operadores del mercado de producción móvil a presentar ofertas para la prestación de servicios de producción móvil de determinados eventos que deseaba externalizar, incluyendo entre dichos operadores a MEDIAPRO; y que, al serle comunicado por representantes de PRISA TV que SOGECABLE había obtenido mejor oferta de TSA, optó por mejorarla.

La demora en la firma de la segunda adenda también perjudicaba a MEDIAPRO. Durante el lapso de tiempo transcurrido entre el comienzo de la temporada de Liga y la firma de la segunda adenda, Prisa TV emitió el partido de los domingos, un partido por jornada que no emitía el canal GOL TV. Por otra parte, la distribución indirecta de cualquier derecho audiovisual a través de este canal sería siempre insuficiente para amortizar las cuantiosas inversiones realizadas para adquirir los derechos.

El contrato en cuestión carece de valor estratégico para MEDIAPRO, cuyo supuesto interés en impedir que TSA estableciera vínculos comerciales con Prisa TV está desmentido porque esos vínculos ya existen. El Grupo al que pertenece TSA es titular del 22% del capital en Digital+, la sociedad a través de la cual Prisa TV explota su plataforma de televisión de pago, y TSA ya ha prestado servicios de producción móvil a Prisa TV con ocasión del Mundial de fútbol de Sudáfrica, la gala de entrega de los Premios Ondas o la última retransmisión de los premios Oscar, como se constata en el propio expediente.

- No existen efectos exclusionarios

Discrepa de la valoración que hace la DI de la posición y capacidad competitiva de TSA en el mercado de producción móvil. El énfasis en la reducida cuota de TSA en este mercado ignora la jurisprudencia respecto a la toma en consideración del poder de reacción de la empresa excluida. El denunciante es capaz de competir en el mercado con MEDIAPRO, puesto que forma parte de una multinacional que en 2010 obtuvo una facturación neta de 60.737 millones €, y no es susceptible por tanto de ser expulsada del mercado por perder un contrato de compra de 2 unidades móviles de producción consideradas obsoletas por el propio vendedor y que representa menos del 10% del mercado en términos de número de eventos o de facturación. Lo relevante es el número de eventos producibles por TSA y el resto de los operadores en ese mercado, no solo los 171 eventos por valor de 3 millones € anuales previstos en el contrato controvertido.

En cuanto a una eventual sanción, MEDIAPRO alega que no procede aplicar como circunstancia agravante la supuesta reincidencia, a que se refiere el párrafo (152) del IP.

Tercero.- Valoración jurídica de las conductas de MEDIAPRO

El Consejo está de acuerdo con el órgano instructor en que del análisis de los contratos de MEDIAPRO con terceros operadores relacionados con la contratación de servicios de producción móvil de diversos eventos descritos en el Fundamento de Derecho Primero no se deduce la existencia de infracción de los artículos 1 LDC y 101 TFUE.

En cuanto a la posible infracción de los artículos 2 LDC y 102 TFUE la DI analiza las dos vinculaciones diferentes denunciadas por TSA: una vinculación jurídica de la reventa de derechos de fútbol, en particular de los partidos de Liga y de Copa de S.M. el Rey, con los servicios de producción móvil y transporte contribución a los operadores de televisión; y una vinculación de hecho de la reventa del tercer partido por jornada de Liga de Primera División a Sogecable y de los derechos de emisión de los partidos de Liga en establecimientos públicos (segunda adenda de 21 de octubre de 2009) a cambio de la firma de un contrato de prestación de servicios de producción móvil de determinados eventos y venta de dos unidades móviles de producción en esa misma fecha.

El artículo 102 TFUE considera contraria al mercado interior y prohíbe *"la explotación abusiva, por parte de una o más empresas, de una posición*

dominante en el mercado interior o en una parte sustancial del mismo. Tales prácticas abusivas podrán consistir, particularmente, en: d) subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos."

Por su parte, el artículo 2.1 LDC prohíbe *"la explotación abusiva por una o varias empresas de su posición de dominio en todo o en parte del mercado nacional."* y el artículo 2 LDC establece que *"El abuso podrá consistir, en particular, en: e) La subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o con arreglo a los usos de comercio no guarden relación con el objeto de dichos contratos."*

El Consejo considera como la DI, y de acuerdo con los diversos precedentes nacionales y comunitarios citados en el Fundamento de Derecho Primero, que la reventa de derechos de retransmisión audiovisual de los partidos de Liga y Copa de S.M. el Rey forma parte de un mercado diferenciado en el que MEDIAPRO es oferente, explotando, *de iure o de facto*, los derechos audiovisuales de todos los clubes de fútbol para las temporadas 2009/2010 a 2011/2012. Esa explotación atañe a los contratos de MEDIAPRO que son objeto de análisis en este expediente, incluido el correspondiente a la firma por este operador y SOGECABLE de la segunda adenda al contrato de 4 de junio de 2009, por lo que el mercado de reventa de derechos de retransmisión audiovisual de los partidos de Liga y Copa de S.M. el Rey es uno de los mercados relevantes a efectos de la presente resolución.

MEDIAPRO dispone, al menos para las temporadas 2009/2010 a 2011/2012, de una posición en este mercado que debe ser calificada de dominio, en la medida en que le permite actuar con independencia de sus competidores, clientes y consumidores.

MEDIAPRO niega la existencia de esa posición de dominio, alegando en particular que difícilmente podría actuar con independencia de un cliente como SOGECABLE que representa más del 60% del mercado aguas abajo de la televisión de pago. El Consejo no admite esta alegación, basada en una interpretación errónea de la jurisprudencia comunitaria en materia de dominancia. Como ha señalado en otras ocasiones (*RCNC Expediente S/0153/09, MEDIAPRO*), la existencia de dominancia no requiere una independencia de comportamiento absoluta, solo es necesario un grado de independencia suficiente para afectar al desarrollo de la competencia efectiva, (Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas en el asunto *United Brands v Commission*), de forma que una empresa que ostenta un poder de mercado considerable sobre clientes o proveedores de manera estable durante un cierto período de tiempo puede ser considerada dominante en ese mercado. Una vez en posesión de la práctica totalidad de los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol de Liga y Copa, y para las temporadas en que siga disponiendo de ellos, MEDIAPRO no se enfrenta a ninguna competencia en la reventa de esos

derechos, lo que le permite influenciar y configurar las condiciones de oferta de los mismos con un elevado grado de libertad.

El Consejo coincide en que debe considerarse como mercado conexo al de reventa de derechos de retransmisión audiovisual de los partidos de Liga y Copa de S.M. el Rey el mercado de producción móvil de la señal de televisión, cuya demanda está generada en gran medida por la prestación de estos servicios para la retransmisión en directo de dichos partidos. Este mercado, en el que MEDIAPRO ostenta el liderazgo con una cuota de difícil estimación, aunque no superior al 30%, se ve directamente afectado por las conductas de MEDIAPRO denunciadas como abusivas en este expediente, incluida la relativa a la firma del contrato de 21 de octubre por el que SOGECABLE confiere a MEDIAPRO la producción móvil de la señal de retransmisión audiovisual de 171 eventos y la venta de las dos unidades móviles que venía utilizando para ese fin.

El Consejo ha evaluado si de la información obrante en el expediente puede deducirse que, MEDIAPRO, desde su posición de dominio en el mercado de reventa de derechos de retransmisión audiovisual de los partidos de fútbol, ha seguido una política de vinculación comercial susceptible de ser considerada abusiva por la exclusión de sus competidores del mercado de producción móvil, como propone la DI.

Respecto a la vinculación jurídica de la reventa de los derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga Española y Copa de S.M. el Rey con la producción móvil de dichos partidos, denunciada por TSA en sus alegaciones, el Consejo concuerda con la DI en que no constan pruebas fehacientes de que MEDIAPRO haya desarrollado una estrategia de exclusión en el mercado de producción móvil aprovechando su posición de dominio en el mercado nacional de reventa de dichos derechos.

La valoración por TSA de algunas de las conductas de MEDIAPRO que ha denunciado ha variado en cierta medida a lo largo del proceso de la instrucción. Aunque el presunto empaquetamiento de los contratos de venta de derechos de retransmisión audiovisual de los partidos de Liga y de Copa de S.M. el Rey con la aceptación por el comprador de la prestación de servicios de producción móvil, y sus efectos exclusionarios en el mercado de producción móvil, constituye el núcleo de la denuncia en todo caso, TSA enfatiza inicialmente la existencia de una presunta negativa de MEDIAPRO a contratar con terceros los servicios de producción de esos partidos, con objeto de retenerlos para sí mediante dicho empaquetamiento (AH 1), mientras que en las alegaciones al PCH y a la propuesta de resolución TSA denuncia en particular la existencia de un empaquetamiento jurídico anticompetitivo con efectos exclusionarios en el mercado de producción móvil.

El Consejo considera que, tanto si se considera que la conducta de MEDIAPRO conlleva una negativa de suministro como si se considera que se trataría de un empaquetamiento anticompetitivo, y recogidos por la DI en su IP, no consta acreditado en el expediente la existencia de un efecto exclusionario con perjuicio al consumidor como consecuencia de la práctica de MEDIAPRO de revender los

derechos de retransmisión audiovisual de los partidos de Liga y de Copa de S.M. el Rey con la señal ya producida.

En primer lugar, cabe recordar que la normativa y jurisprudencia comunitaria y nacional aplicables a este respecto parten del supuesto de que, en términos generales, cualquier empresa, sea dominante o no, debe tener el derecho a elegir con quien comercia y a disponer libremente de su propiedad para competir con eficacia en un mercado conexo, por lo que debe evaluarse de manera pormenorizada la concurrencia de circunstancias cumulativas mencionadas en las *"Orientaciones sobre las prioridades de control de la Comisión en su aplicación del artículo 82 del Tratado CE a la conducta excluyente abusiva de las empresas dominantes"* (2009/C 45/02), apartados IV.B (sobre negativa de suministro) y IV.D (sobre empaquetamiento anticompetitivo) para valorar la posible existencia de abuso en el sentido del artículo 2 de la LDC y 102 del TFUE.

A este respecto, y contrariamente a lo alegado por TSA, de la información obtenida en la instrucción del expediente no cabe concluir que la producción móvil de tales partidos represente una parte esencial del mercado nacional de servicios de producción móvil. Aunque, como señala la DI, los datos proporcionados por los operadores de este mercado en respuesta al requerimiento del órgano instructor no permiten cuantificar la dimensión exacta de los distintos segmentos del mercado, la propia existencia de numerosos operadores en el mercado que han desarrollado y desarrollan su actividad concentrándose en la producción de eventos distintos a estos partidos de fútbol muestra que en todo caso dichos partidos no constituyen un input esencial para participar en el mismo. Tanto las partes como las otras fuentes consultadas por la DI confirman la prestación de servicios de producción móvil en un amplio abanico de acontecimientos: actos políticos, conciertos y galas, eventos sociales, publicidad, programas de televisión etc.

Asimismo, el HP 5 pone de manifiesto que la cuota de este operador en dicho mercado, en términos de unidades móviles de producción, se ha mantenido en torno al 30% desde hace varios años, por lo que, como señala la DI, no parece que a pesar de su liderazgo MEDIAPRO disponga del control del mercado suficiente para eliminar la competencia efectiva en el mismo.

Por otra parte, el Consejo considera que no está acreditado que la vinculación jurídica de la reventa de los derechos de retransmisión audiovisual de los partidos de fútbol de Liga y de la Copas de S.M. el Rey con la producción móvil de dichos partidos pueda afectar negativamente y de forma significativa a los consumidores en términos de precio o calidad de las retransmisiones. Como señala la DI, no existen razones para afirmar que este perjuicio se produzca a corto plazo. En línea con la jurisprudencia comunitaria (Sentencia TJUE 17/02/2011, asunto C-52/09 TeliaSonera Sverige), que establece que el efecto de estas prácticas sobre los consumidores no debe referirse únicamente a un posible perjuicio inmediato, la DI destaca que el previsible desarrollo tecnológico de nuevos e innovadores sistemas de producción, como la HD o el 3D, requerirá la realización de inversiones considerables, cuya rentabilización está sujeta a la posibilidad de

explotación de las economías de escala. Dichas inversiones sólo resultan abordables en la medida en que sean susceptibles de ser amortizadas mediante su uso en la producción de eventos que requieran tales tecnologías y, actualmente, la retransmisión de acontecimientos deportivos en general, y futbolísticos en particular, se sitúan a la cabeza de tales requerimientos.

En este sentido, como señala asimismo la DI, puede considerarse que un factor importante del desarrollo de la competencia en el mercado de producción móvil es que los potenciales competidores de MEDIAPRO tengan acceso a la producción móvil de estos eventos, siempre que alcancen un tamaño crítico que permita explotar esas economías. Por otra parte, la competencia también juega un papel importante en los incentivos de la empresa dominante a invertir en innovaciones técnicas o incrementos de calidad.

No obstante, para valorar los efectos a medio y largo plazo de la reventa por MEDIAPRO de los derechos de retransmisión audiovisual de los eventos deportivos ya producidos, deben contraponerse las ganancias derivadas de la especialización con la pérdida de bienestar que ésta puede conllevar en forma de menor competencia efectiva en este segmento del mercado. En la actualidad, MEDIAPRO cuenta con un grado de especialización y una dimensión suficiente para que la explotación de las economías de escala pueda reportar beneficios para los consumidores finales. El resto de operadores del mercado, si bien presentan un variado espectro de actividad, en su mayoría prestan servicios a escala reducida y aprovechando nichos de mercado específicos. De hecho, la DI señala que cabe dudar de que estos operadores dispongan en la actualidad de la capacidad y recursos técnicos necesarios para cubrir de manera satisfactoria los servicios de producción móvil considerados.

En conclusión, el Consejo considera como la DI que no constan en el expediente pruebas suficientes de que, mediante la vinculación jurídica, MEDIAPRO haya desarrollado una estrategia de exclusión en el mercado de producción móvil aprovechando su posición de dominio en el mercado nacional de reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga Española y Copa de S.M. el Rey, con efecto de eliminación de la competencia efectiva en mercados relacionados, a través de la realización de esta reventa con los partidos ya producidos. En cuanto a la segunda vinculación denunciada por TSA, consistente en la subordinación del acceso de SOGECABLE a la segunda adenda a la adjudicación a MEDIAPRO de los servicios de producción móvil de determinados eventos que SOGECABLE deseaba externalizar, el órgano instructor considera que MEDIAPRO habría abusado de su posición de dominio en el mercado de reventa de los derechos de retransmisión de los partidos de Liga y Copa, para fortalecer su liderazgo en el mercado de producción móvil de la señal de televisión.

Concretamente, la DI considera que MEDIAPRO habría demorado la reventa a SOGECABLE de los derechos de retransmisión audiovisual del tercer partido de Liga de Gol TV para abonados residenciales y establecimientos públicos (la segunda adenda al contrato de 4 de junio de 2009) hasta conseguir que este

operador le adjudicara la producción móvil de la señal de TV de 171 eventos no relacionados con los partidos de fútbol objeto de dicha adenda (corridas de toros, Copa de la UEFA, Liga ASOBAL, Fútbol *Indoor* y Fútbol 7, Fórmula 1) que SOGECABLE había decidido externalizar.

Esta conducta requiere valorar si se puede considerar acreditado que se ha producido de facto una vinculación y si la misma ha tenido un carácter abusivo.

Como ya se ha expuesto, no se trata de una vinculación jurídica. Luego debe deducirse si se ha producido una vinculación de facto entre la oferta de servicios de producción móvil y la reventa de derechos audiovisuales de fútbol, en particular, de los contemplados en la segunda adenda.

El Consejo no pone en duda que la firma de la segunda adenda se demoró, coincidiendo después con la contratación por Sogecable de la producción móvil de los 171 eventos de referencia. Tampoco que esta demora en la firma de la segunda adenda, sea cual sea su causa, pudiera causar un perjuicio considerable a SOGECABLE, como ya ha señalado en una resolución anterior (RCNC Expte. S/0153/09 Mediapro, de 17 de marzo de 2011).

No obstante, el Consejo considera que la información obrante en el expediente no permite afirmar que esa demora y coincidencia en la firma sean suficientes para presumir la existencia de vinculación, por varias razones. En primer lugar, no resulta acreditado que la causa de esa demora sea atribuible únicamente a la existencia de una resistencia por parte de SOGECABLE a contratar con MEDIAPRO la prestación de servicios de producción móvil de los 171 eventos de referencia. El hecho es que, a pesar de la notoria conflictividad de las relaciones entre ambos operadores, destacada por la DI, SOGECABLE había solicitado oferta a los operadores de producción móvil, incluido MEDIAPRO, para la externalización de la producción de esos eventos (HP 121) en el mes de septiembre de 2009, oferta a la que MEDIAPRO responde el 21 de septiembre (folios 744 a 746), y que la negociación se mantenía abierta el 16 de octubre, fecha en la que los propios representantes de PRISA TV comunican a MEDIAPRO el acuerdo alcanzado ese mismo día con TSA (folio 1084), a lo que MEDIAPRO responde con una nueva oferta económica que es discutida en los correos electrónicos intercambiados con SOGECABLE los días 19 y 20 de octubre (HP 129). Estas actuaciones de SOGECABLE resultan más congruentes con la existencia de una actitud negociadora por parte de este operador frente a MEDIAPRO que con una resistencia a ultranza a adjudicarle el contrato de referencia.

El Consejo tampoco pone en duda que en el transcurso de esas negociaciones, y en la medida permitida por su poder de negociación, MEDIAPRO haya podido presionar a SOGECABLE indicando a los representantes de esta última que reconsideraran la decisión de adjudicar a TSA/Videoreport dicho contrato, como SOGECABLE señala en su respuesta a la información requerida a este respecto por la DI. Pero esa capacidad de presión no puede considerarse desmesurada, puesto que, como alega MEDIAPRO, los ingresos asociados a la segunda adenda también constituyen una parte importante del total de los ingresos obtenidos por

este operador de su explotación de los derechos de retransmisión audiovisual de los partidos de Liga y Copa de S. M. el Rey, siendo complementarios y no sustitutivos de los que MEDIAPRO deriva de otras fuentes de explotación de esos derechos, como el abono a GOL TV.

El Consejo considera que la mera posibilidad de presentación de esa eventual contraoferta no es suficiente para avalar la conclusión de que MEDIAPRO habría obtenido el contrato de externalización de la producción de esos eventos por razones distintas a que la oferta de este operador era la mejor de las que SOGECABLE tenía efectivamente a su disposición en el momento en que tomó esta decisión. No cabe ignorar que, frente a una eventual competencia futura por ese contrato, SOGECABLE podía contar ya de hecho, mediante la firma del que ya le ofrecía MEDIAPRO el 21 de octubre de 2009, con unas condiciones económicas para la externalización de la producción de eventos que deseaba realizar más ventajosas que las que estaba a punto de firmar con TSA/Videoreport, como ha constatado el propio órgano instructor (párrafo 46 del IP). En este sentido, resulta asumible la verosimilitud de la interpretación alternativa de los hechos presentada por MEDIAPRO en sus alegaciones, al afirmar que, pese a la conflictividad que ha caracterizado en gran medida sus relaciones con SOGECABLE, ambos operadores toman finalmente sus decisiones en función de la búsqueda de su mayor beneficio económico y de lo que consideran ser la mejor defensa de sus intereses en una situación determinada.

De hecho, como se detalla en el HP 26, en el contrato de 11 de septiembre de 2009, por el que MEDIAPRO le cedía a SOGECABLE la señal de al menos cinco partidos de Liga de Primera División de fútbol por jornada para su emisión en PPV, SOGECABLE ya optó porque dichos partidos *"serán también producidos por MEDIAPRO"*.

La existencia de abuso de posición de dominio requiere asimismo la acreditación de que esta supuesta vinculación tenga un efecto exclusionario en alguno de los mercados relevantes como consecuencia de la adjudicación a MEDIAPRO del contrato de externalización de servicios de producción móvil. no debe olvidarse que el mercado relevante de la producción móvil definido incluye todo tipo de eventos, no sólo la retransmisión de partidos de fútbol de Liga y Copa del Rey, lo cual pone en cuestión que en el caso que se analiza el producto vinculante tenga un carácter esencial para competir en el mercado de la producción móvil.

En este sentido, si bien es cierto que el valor económico de este contrato no debe considerarse marginal en términos absolutos, como señala la DI, -cerca de 3 millones € anuales durante 3 años, prorrogables hasta 5 automáticamente a iniciativa de MEDIAPRO-, su cuantía representa en cambio una proporción poco significativa de la demanda total de dicho mercado. Sin perjuicio de las dificultades de estimación cuantitativa de la dimensión de este mercado, destacadas por la DI, debe tenerse en cuenta que, en términos de la unidad de medida propuesta por el órgano instructor, la dimensión del total del mercado se situaría en torno a las 66 unidades móviles de producción (HP 5). Medido en esas mismas unidades, la dimensión del contrato en cuestión es 2 unidades móviles, lo

que implica que el orden de magnitud del peso relativo de este contrato en la demanda total del mercado sería inferior al 5%.

Es cierto, como señala la DI, que en la valoración de un eventual efecto exclusionario debe tenerse en cuenta no sólo el alcance directo e inmediato de la conducta en si misma, sino también la concurrencia de otros factores relevantes, como la posición de liderazgo de MEDIAPRO en el mercado de producción móvil; la escasa capacidad de competencia del resto de los operadores de este mercado, en especial en relación con la producción de eventos con elevados requerimientos tecnológicos; y los obstáculos de acceso a este mercado, en el que la existencia de economías de escala puede limitar la entrada de operadores con dimensión suficiente para explotarlas, como consecuencia de la restricción al acceso a la producción de los partidos de fútbol de Liga y de Copa de S.M. el Rey -un segmento importante del mercado- derivada de que MEDIAPRO vende los derechos de retransmisión audiovisual de dichos partidos ya producidos por ella.

No obstante, el Consejo considera que el contrato de externalización de servicios de producción móvil de SOGECABLE de referencia carece, por sí mismo, de la entidad suficiente para influir de forma significativa en la evolución de la estructura competitiva de este mercado a medio plazo, independientemente del operador que finalmente hubiera conseguido la prestación de estos servicios.

Debe recordarse a este respecto que la propia DI no considera que tenga efectos abusivos la vinculación jurídica entre la producción de los partidos de Liga y Copa de S.M. el Rey y la reventa de tales derechos, que comporta sin duda una entidad y una proporción de la oferta del mercado de servicios de producción móvil mucho mayor. Difícilmente puede entonces considerarse que la parte de la producción móvil afectada por este solo contrato sea susceptible de provocar el cierre del mercado. De hecho, nada le ha impedido a SOGECABLE contratar la producción móvil de otros eventos y acontecimientos deportivos con operadores distintos de MEDIAPRO, como esta empresa recuerda en sus alegaciones.

Otro factor relevante a efectos del desarrollo competitivo de ambos mercados es el mayor grado de expugnabilidad de la posición de dominio de MEDIAPRO en la gestión de los derechos de retransmisión audiovisual de estos partidos al concluir la actual temporada de Liga 2011/2012, en virtud de lo establecido por la RCNC de 14 de abril de 2010 del Expediente S/0006/07, AVS, Mediapro, Sogecable y Clubes de Fútbol de 1ª y 2ª división. Ello podría también redundar en una mayor accesibilidad de los competidores de MEDIAPRO a la producción de los partidos de Liga y Copa de S.M. el Rey antes descritas.

Por último, el Consejo concuerda con la DI en que no constan acreditadas las conductas de MEDIAPRO denunciadas por TSA consistentes en una presunta subvención cruzada entre los servicios de producción móvil y la reventa de los derechos de emisión de los partidos de fútbol de Liga y Copa de S.M. el Rey, y la aplicación de precios predatorios por la producción de la señal de estos partidos de fútbol.

En conclusión, y en base a todo lo anteriormente expuesto, el Consejo de la Comisión Nacional de Competencia en la composición recogida al principio, vistos los preceptos citados y los demás de general aplicación,

HA RESUELTO

UNICO.- Declarar, al amparo del artículo 53.1.c) de la Ley 15/2007 de 3 de Julio, de Defensa de la Competencia, que en este expediente no ha resultado acreditada la existencia de infracción alguna de los artículos 1 y 2 de la citada Ley y 101 y 102 del TFUE, por parte de Mediaproducción S.L.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Investigación de la CNC y notifíquese a las interesadas haciéndoles saber que contra la misma no cabe recurso alguno en vía administrativa, pudiendo interponer recurso contencioso-administrativo en la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde su notificación.