



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N- 06094 SOGECABLE / AVS

Con fecha 4 de octubre de 2006 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia una notificación relativa a la adquisición por parte de SOGECABLE, S.A. (en adelante, SOGECABLE) del control exclusivo sobre AUDIOVISUAL SPORT, S.L. (en adelante, AVS), sociedad sobre la que previamente tenía el control conjunto junto con TVC MULTIMEDIA, S.L. (perteneiente a TV Cataluña, en adelante, TVC)

Dicha notificación ha sido realizada por SOGECABLE según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar los umbrales establecidos en el artículo 14.1.a) y b). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

Asimismo, se añade: "Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal".

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, la notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC), se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

En virtud del artículo 51.1 de la Ley 16/1989, con fecha 5 de octubre de 2005 se solicitó informe sobre la operación a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT). Dicho informe fue evacuado hacia este Servicio el 30 de octubre de 2006.

En ejercicio de lo dispuesto en el artículo 6 del Real Decreto 1443/2001, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió del notificante con fechas 13, 27 y 30 de octubre de 2006 información de carácter necesario para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada con fechas 24 de octubre en el primer caso y 10 de noviembre de 2006 en los dos siguientes. Adicionalmente, el Servicio de Defensa de la Competencia hizo requerimientos adicionales con fechas 20 de noviembre y 1 de diciembre de 2006 (cuyo plazo de respuesta fue prorrogado cinco días a solicitud de



SOGECABLE), que fueron contestados el 30 de noviembre y el 21 de diciembre de 2006 respectivamente.

El 13 de octubre de 2006 Esto es Ono, S.A.U. y Tenaria, S.A. solicitaron conjuntamente ser parte interesada en el expediente, condición que no les fue reconocida el 27 de octubre de 2006, aunque se les concedió un plazo para formular las alegaciones relativas a la operación que estimasen pertinentes. Dichas alegaciones tuvieron entrada en el Servicio el mismo día 27 de octubre de 2006.

El 19 de octubre de 2006 Televisión Autonomía Madrid, S.A. solicitó ser parte interesada en el expediente, condición que no le fue reconocida el 27 de octubre de 2006, aunque se le concedió un plazo para formular las alegaciones relativas a la operación que estimase pertinentes. Dichas alegaciones tuvieron entrada en el Servicio el 10 de noviembre de 2006.

El 23 de octubre de 2006 Antena 3 Televisión, S.A. solicitó ser parte interesada en el expediente, condición que no le fue reconocida el 27 de octubre de 2006, aunque se le concedió un plazo para formular las alegaciones relativas a la operación que estimase pertinentes. Dichas alegaciones tuvieron entrada en el Servicio el 16 de noviembre de 2006.

El 24 de octubre de 2006 Sevilla Fútbol Club Sociedad Deportiva, S.L. y Santa Mónica Advances, S.L. solicitaron conjuntamente ser parte interesada en el expediente, condición que no les fue reconocida el 27 de octubre de 2006, aunque se les concedió un plazo para formular las alegaciones relativas a la operación que estimasen pertinentes. Dichas alegaciones fueron remitidas por correo administrativo al Servicio el 10 de noviembre de 2006.

El 10 de noviembre de 2006 Gestevisión Telecinco, S.A. solicitó ser parte interesada en el expediente, condición que no le fue reconocida el 16 de noviembre de 2006, aunque se le concedió un plazo para formular las alegaciones relativas a la operación que estimase pertinentes. Con fecha 17 de noviembre de 2006 Gestevisión Telecinco, S.A. declinó hacer nuevas alegaciones, y dio por formuladas las recogidas en su escrito de 10 de noviembre de 2006.

Por otra parte, en ejercicio de lo dispuesto en el artículo 8 del Real Decreto 1443/2001, el Servicio de Defensa de la Competencia requirió a MEDIAPRODUCCIÓN S.L. (en adelante, MEDIAPRO) con fechas 27 de octubre y 20 de noviembre de 2006 la presentación de información necesaria para la resolución del expediente. La información requerida fue cumplimentada el 10 de noviembre y el 1 de diciembre de 2006 respectivamente.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **29 de diciembre de 2006** inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. ANTECEDENTES

I.1 Sobre Audiovisual Sport, S.L.



Audiovisual Sport, S.L. se constituyó el 24 de diciembre de 1996 como empresa en participación, teniendo como accionistas a Antena 3 Televisión, S.A. (40%), SOGECABLE (40%) y TVC (20%), con la finalidad de explotar en común los derechos audiovisuales de la Liga española que los accionistas habían adquirido a los clubes de fútbol para las temporadas 1998/1999 y siguientes. Posteriormente, el 25 de julio de 1997, Telefónica adquirió a Antena 3 Televisión su participación en AVS.

La constitución de AVS se notificó a la Comisión Europea, en virtud del artículo 81 Tratado de las Comunidades Europeas (TCE), y fue autorizada el 24 de junio de 1998¹, dando el visto bueno a los acuerdos referidos al funcionamiento de AVS hasta el final de la temporada 2002/2003, con la excepción de la exclusiva de Canal Satélite Digital (SOGECABLE) para explotar los derechos de retransmisión en la modalidad de pago por visión, que sería objeto de una exención limitada a tres temporadas, es decir, hasta el final de la temporada 2000/2001.

El 17 de julio de 1999 los accionistas de AVS llegaron a un acuerdo, denominado AVS II, para modificar el modelo de gestión de los derechos audiovisuales futbolísticos de la Liga española. Este acuerdo extendía la vigencia del sistema de explotación conjunta hasta la temporada 2008/2009, y abría la explotación de los partidos en pago por visión a Vía Digital (Telefónica). Este nuevo acuerdo fue notificado el 30 de septiembre de 1999 a la Comisión Europea².

El 12 de abril de 2000 la Comisión remitió un pliego de cargos a las partes indicando que, en un análisis preliminar, el acuerdo notificado y las medidas tomadas por los notificantes para su aplicación práctica podrían suponer una infracción del artículo 81.1 del Tratado de la CE y que la aplicación del artículo 81.3 del Tratado de la CE no estaría justificada. La Comisión señaló, además, que el objeto y efecto de la infracción era el reparto del mercado y la fijación de precios entre competidores y hacia terceros, por lo que procedía adoptar una decisión para retirar la inmunidad otorgada previamente a AVS I.

El procedimiento de retirada de la inmunidad se archivó en diciembre de 2000, una vez que las partes modificaron alguno de los puntos del modelo de gestión acordado, en particular, abriendo la explotación de los partidos en pago por visión a los operadores de cable. Sin embargo, el procedimiento de exención de la Comisión quedaba pendiente de resolución.

Por otra parte, el 3 de julio de 2002 se notificó ante la Comisión Europea la integración de Vía Digital en SOGECABLE. Las autoridades españolas solicitaron el reenvío del caso, que la Comisión Europea concedió, por lo que el expediente de control de concentraciones se tramitó en España, y concluyó el 29 de noviembre de 2002, cuando el Consejo de Ministros acordó autorizar con condiciones la operación, para lo cual aprobó dos Acuerdos: uno que

¹ Asunto IV/36.438 Audiovisual Sport (AVS I)

² Asunto COMP/37.652 (AVS II).



establecía 24 condiciones relativas a mercados distintos de los de derechos de retransmisión de acontecimientos futbolísticos (ACM no fútbol) y otro que fijaba 10 condiciones relativas al mercado de derechos de retransmisión de acontecimientos futbolísticos (ACM fútbol)³.

En esencia, en lo que se refiere a la retransmisión de acontecimientos futbolísticos, las condiciones del ACM impiden a SOGECABLE y AVS ejercer los derechos de tanteo y retracto y las opciones de compra o prórroga de las que disponen (condición segunda), limitan la duración máxima de los futuros contratos por los que éstas adquieran derechos de Liga y Copa (condición tercera), impiden el ejercicio o adquisición en exclusiva de derechos de Liga y Copa para su retransmisión mediante móviles y sistemas de transmisión de datos (condición cuarta) y obligan a SOGECABLE a mantener un sistema de explotación de los derechos de fútbol equivalente al existente antes de la concentración mientras adquiera derechos audiovisuales de clubes de fútbol de Liga o Copa en exclusiva (condición quinta).

A la vista de las condiciones del ACM fútbol y del Plan de Actuaciones presentado por SOGECABLE ante el SDC para dar cumplimiento a los ACM, el 8 de mayo de 2003 la Comisión cerró su investigación sobre el expediente AVS II.

I.2 Sobre el Acuerdo de julio de 2006 (AVS III)

El Acuerdo de 24 de julio de 2006, suscrito por SOGECABLE, AVS, MEDIAPRO⁴ y TVC contiene previsiones relativas, por una parte, a la adquisición y explotación de derechos de fútbol y, por otra, a cambios en la estructura accionarial de AVS.

La firma de este Acuerdo deriva esencialmente de dos factores: (i) la entrada de MEDIAPRO en el mercado de adquisición y explotación de derechos de fútbol, y (ii) de la necesidad de disponer de los derechos audiovisuales de los dos equipos para poder emitir un partido de la Liga o Copa española⁵.

³ Estos Acuerdos fueron objeto de 8 recursos contencioso-administrativos ante el Tribunal Supremo presentados por: SOGECABLE (32/2003), Telecinco (33/2003), Media Park (34/2003), ONO (37/2003), AUNA (38/2003), AOC (39/2003), Buena Vista International (64/2003) y The Walt Disney Company Iberia (65/2003). Media Park desistió posteriormente y los recursos 64/2003 y 65/2003 fueron acumulados. Mediante sentencias de 7 de noviembre de 2005 (notificadas a las partes el 15 de noviembre), el Tribunal Supremo ha desestimado los recursos 32/2003, 33/2003, 37/2003 y 64-65/2003. Mediante Sentencia de 29 de noviembre de 2005, el Tribunal Supremo ha desestimado el recurso 39/2003. Por último, mediante Sentencia de 3 de octubre de 2006 (notificada a las partes el 19 de octubre de 2006), el Tribunal Supremo ha desestimado el recurso 38/2003.

⁴ Perteneciente al Grupo MEDIAPRO (Imagina), que controla el [...] % del capital social Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, S.A. (que emite la televisión en abierto La Sexta). El resto del capital social de La Sexta es propiedad de Grupo Televisa, S.A. ([...] %) y [...] ([...] %). El grupo MEDIAPRO y Televisa controlan conjuntamente La Sexta [...].

⁵ En particular, ver el artículo 280 del Reglamento General de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) aprobado por la Comisión Directiva del Consejo Superior de Deportes.



La entrada de MEDIAPRO en la actividad de adquisición y explotación de derechos de fútbol se produjo en el segundo trimestre de 2006, cuando comenzó a adquirir derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey de algunos equipos de fútbol de Primera División, aprovechando que los contratos de cesión de derechos de dichos clubes a SOGECABLE vencían en la temporada 2005/2006. En particular, MEDIAPRO adquirió los derechos del Real Zaragoza S.A.D. (contrato de [...]⁶), Real Racing Club S.A.D. (contrato de [...]), Athletic Club (contrato de [...]) y Real Sociedad de Fútbol S.A.D (contrato de [...]⁷) para las temporadas [...]⁸.

Un caso particular es el del F.C. Barcelona, pues en su contrato de [...], MEDIAPRO adquirió a este club los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey para las temporadas [...] a [...]⁹.

[...]

El Acuerdo de julio de 2006 contiene diversos aspectos: los relativos a la puesta en común y explotación de los derechos audiovisuales de la Liga y Copa de S.M. el Rey, y los relativos a la reordenación de la estructura de control y los estatutos de AVS, tal y como se analizará en el apartado II del presente informe.

Respecto a la puesta en común de derechos, el Acuerdo de julio de 2006 señala que AVS es titular de derechos del Barcelona y Espanyol (hasta [...]), Real Madrid (hasta [...]), Atlético de Madrid, Deportivo de la Coruña, Betis, Recreativo de Huelva, Mallorca, Osasuna, Getafe, Celta de Vigo, Gimnastic de Tarragona (hasta [...]), Sevilla ([...]), Real Sociedad (en los términos señalados anteriormente), y de los clubes de Segunda División para 2006/2007. Asimismo, establece que MEDIAPRO cede en exclusiva a AVS la titularidad de los derechos audiovisuales de Liga y Copa de los clubes de fútbol españoles que había adquirido anteriormente¹⁰, asumiendo AVS los pagos a los clubes de fútbol.

Por otra parte, en relación con el modelo de explotación, AVS cede en exclusiva a MEDIAPRO, para las temporadas 2006/2007 a [...], el derecho a comercializar, en exclusiva o no, en abierto, en directo y diferido, [...] de Liga de Primera División y [...] partidos de Liga de Segunda División por jornada en España y Andorra [...]. También le cede a MEDIAPRO la comercialización, en exclusiva o no, de los resúmenes de la jornada [...].

⁶ Se inserta entre corchetes la información declarada confidencial por el SDC, de oficio o a solicitud de SOGECABLE.

⁷ [...].

⁸ [...].

⁹ Los derechos de las temporadas [...] y [...] habían sido cedidos a TVC, que a su vez los había cedido a AVS.

¹⁰ En particular, FC Barcelona (temporadas [...]), Real Racing Club S.A.D. (temporadas [...]), Athletic Club (temporadas [...]), Real Zaragoza S.A.D. (temporadas [...]) y Real Sociedad de Fútbol S.A.D (temporadas [...]). [...].



En lo relativo a la explotación de los derechos audiovisuales de la Liga y Copa de S.M. el Rey por UMTS e Internet¹¹, [...].

Adicionalmente, se establece que corresponde a AVS [...]. Además, corresponde a AVS [...].

[...] ¹², [...].

En suma, en el acuerdo de julio de 2006 SOGECABLE y MEDIAPRO no sólo establecen un pool en derechos en AVS, sino que pactan la forma de explotación¹³, manteniendo las líneas generales del actual modelo, y establecen de facto una cláusula de no competencia en la adquisición de derechos entre SOGECABLE y MEDIAPRO ([...]).

I.3. Acontecimientos posteriores al Acuerdo de julio de 2006

Con posterioridad a AVS III, MEDIAPRO, según indica en su respuesta al requerimiento de información de 10 de noviembre de 2006, por una parte, ha adquirido la titularidad de los derechos audiovisuales de algunos clubes de fútbol, y por otra, ha llegado a acuerdos con operadores de televisión en abierto para cederles derechos audiovisuales de la Liga y/o la Copa de S.M. el Rey de fútbol.

En relación con las adquisiciones de derechos, MEDIAPRO ha firmado en agosto de 2006 un contrato con Televisión Valenciana (CANAL NOU) por el que adquiriría la titularidad de los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey del Valencia, Villarreal y Levante para las temporadas 2006/2007 a [...]. Adicionalmente, en noviembre de 2006 ha firmado un contrato con el Sevilla, por el que también adquiere los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey para las temporadas 2006/2007 a [...]. Por último, en noviembre de 2006 ha firmado un contrato con el Real Madrid, por el que adquiere los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey para las temporadas [...] ¹⁴.

[...].

En lo que respecta a los acuerdos con operadores de televisión en abierto para cederles derechos audiovisuales de la Liga y/o la Copa de S.M. el Rey de fútbol, MEDIAPRO envió previamente el 1 de agosto 2006 una carta a todos los operadores de televisión en abierto para que antes del 8 de agosto de 2006 presentasen ofertas sobre:

- Derechos a emitir en abierto un partido por jornada de Liga de Primera División para las temporadas 2006/2007 a 2008/2009.

¹¹ Según la notificante, para las temporadas [...], Telefónica Móviles, Vodafone y Amena adquirieron a AVS derechos audiovisuales de la Liga y Copa de S.M. el Rey para su emisión en UMTS. Sin embargo, para la temporada [...], hasta el momento no se ha firmado contrato alguno. En relación con la explotación de los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey por Internet, hasta el momento no se ha utilizado esta tecnología.

¹² [...]

¹³ El fútbol en televisión de pago y en pago por visión en España lo gestiona SOGECABLE -vía AVS-; el fútbol en televisión en abierto en España corresponde a MEDIAPRO, [...].

¹⁴ [...].



- Derechos a emitir en abierto uno o varios partidos por jornada de Liga de Segunda División para las temporadas 2006/2007 a 2008/2009.
- Derechos a emitir programas resumen, Premium o normales (en este caso, se emiten 60 minutos después del programa Premium), para las temporadas 2006/2007 a 2008/2009.

Posteriormente, MEDIAPRO ha cerrado acuerdos con:

- La Sexta, que está controlada conjuntamente por MEDIAPRO y Televisa. Para ello, han firmado un contrato de [...], por el que se cede a La Sexta un partido de Liga de fútbol de Primera División por jornada durante las temporadas 2006/2007 a [...] y los derechos para emitir un programa resumen Premium.
- TVC, la televisión autonómica de Cataluña. Para ello, han firmado un contrato de [...], por el que, entre otros aspectos, se cede a TVC un partido de Liga por jornada ([...]) para su emisión en abierto, durante las temporadas 2006/2007 a [...] ¹⁵. [...]. En este contrato, TVC también adquiere derechos para emitir un programa resumen Premium (que empezará a partir de las 19:45 horas) para las mismas temporadas. [...].
- CANAL NOU, la televisión autonómica de Valencia. Para ello, han firmado un contrato de [...], por el que, entre otros aspectos, se cede a CANAL NOU un partido de Liga por jornada ([...]) para su emisión en abierto, durante las temporadas 2006/2007 a [...]. [...]. Asimismo, MEDIAPRO garantiza a CANAL NOU derechos de retransmisión de partidos de Segunda División y de resúmenes en las condiciones vigentes en el momento de contrato.
- Federación de organismos de radio y televisión autonómicos (FORTA). Para ello han firmado un contrato de [...], en el que MEDIAPRO cede hasta [...] partidos de Segunda División por jornada ([...]) y derechos para emitir un programa resumen Premium (que empezará a partir de las 19:45 horas) para las temporadas 2006/2007 hasta [...].

I.4. Sobre la compatibilidad del acuerdo con el ACM FÚTBOL 2002

El 30 de octubre de 2006 la CMT emitió un informe sobre la operación de concentración N-06094. En el marco del mismo, la CMT ha analizado, entre otras cuestiones, la compatibilidad del contrato de 24 de julio de 2006 con el Acuerdo de Consejo de Ministros. En particular, la CMT considera que el contrato, en lo relativo a la cesión de la titularidad de los derechos audiovisuales de cinco clubes de fútbol por MEDIAPRO a AVS vulnera la Condición Tercera del ACM¹⁶ ya que los derechos cedidos por MEDIAPRO tienen una duración superior a cinco temporadas.

La CMT también considera que, en caso de existir en los contratos de MEDIAPRO con los clubes de fútbol derechos de tanteo y retracto u opciones

¹⁵ [...].

¹⁶ Que establece que *“la duración de los contratos por los que adquiriera estos derechos no podrá exceder de tres años, incluyendo cualquier mecanismo de prórroga, opción o derecho de tanteo y retracto”*.



de compra o de prórroga, SOGECABLE debería renunciar a ellos de forma coherente con la Condición Segunda del ACM¹⁷.

Por ello, la CMT estima que “en tanto los derechos de MEDIAPRO tienen una duración superior a cinco años (...) SOGECABLE debería renunciar a los dos últimos años”. Asimismo, la CMT señala que “en caso de existir en los contratos de MEDIAPRO derechos de tanteo y retracto u opciones de compra o de prórroga, (...) SOGECABLE debería renunciar a ellos”.

Por otra parte, en el Informe-Propuesta del SDC¹⁸, elaborado en el marco del expediente de vigilancia VIG.0302.32 SOGECABLE/VÍA DIGITAL, relativo al Acuerdo de Consejo de Ministros de 29 de noviembre de 2002, el SDC ha señalado, entre otras cuestiones:

[...]

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste, según la notificante, en la adquisición por parte de SOGECABLE del control exclusivo sobre AVS, sociedad sobre la que previamente tenía el control conjunto junto con TVC. La operación supone, en última instancia, la adquisición por SOGECABLE del control exclusivo del negocio de la explotación de la totalidad de los derechos audiovisuales de clubes de fútbol en España (en particular, la liga de fútbol y la Copa de S.M el Rey) en televisión de pago y pago por visión (PPV).

La operación se instrumenta a través del Acuerdo de 24 de julio de 2006, por el que se acuerda la venta de la participación de TVC en el capital social de AVS (20%) a MEDIAPRO, que también compra un 5% en capital social de AVS en manos de SOGECABLE. Como consecuencia de la operación, los socios de AVS pasarán a ser SOGECABLE (75%) y MEDIAPRO (25%).

Adicionalmente, en virtud del mismo Acuerdo, las partes modificarán los artículos 11 y 17 de los Estatutos sociales de AVS. Mediante la nueva redacción, se eliminará el umbral del 85% del capital social y de los Consejeros para la adopción de ciertas de decisiones estratégicas en los órganos de representación social, en particular, para los contratos y actos de disposición sobre derechos de explotación televisiva y audiovisual sobre partidos de fútbol, núcleo de la actividad de AVS.

Asimismo, se otorgará a SOGECABLE la capacidad para nombrar a tres de los cuatro miembros (entre ellos el Presidente) del Consejo de Administración, mientras que MEDIAPRO adquirirá la capacidad para nombrar al Director General de AVS y a uno de los dos miembros de la Comisión ejecutiva, que actúa mancomunadamente. No obstante, la competencia para tomar decisiones estratégicas, en particular, en lo relativo a los contratos y

¹⁷ “SOGECABLE no podrá ejercer los derechos de tanteo y retracto y las opciones de compra o de prórroga que posee o controla, tanto directamente como indirectamente, a través de Audiovisual Sport o de cualquier otra forma, en la negociación para la adquisición de los derechos de los clubes de fútbol para la retransmisión de partidos de la Liga española o la Copa de S.M. el Rey”.

¹⁸ Remitido con fecha 20 de diciembre de 2006 a SOGECABLE y pendiente de alegaciones.



actos de disposición sobre derechos de explotación televisiva y audiovisual sobre partidos de fútbol, corresponderá al Consejo de Administración.

SOGECABLE indica que la transmisión de las acciones de AVS no se ha realizado aún y que tampoco han variado todavía los Consejeros ni el Director General de AVS, circunstancias que no se producirán antes de que se autoricen en el correspondiente trámite de control de concentraciones.

Por otra parte, la ejecución de la operación está condicionada, según el Acuerdo de julio de 2006, a la autorización previa por parte de la Generalitat de Cataluña, dada la condición de empresa pública de TVC. Esta autorización fue otorgada el 17 de octubre de 2006.

En suma, SOGECABLE describe la operación notificada como el paso de una situación de control conjunto de SOGECABLE y TVC sobre AVS al control exclusivo por SOGECABLE sobre AVS, como consecuencia de la desaparición de las mayorías cualificadas que proporcionaban a TVC, el socio que saldrá de AVS, un derecho de veto formal sobre cuestiones estratégicas, del que el nuevo socio minoritario, MEDIAPRO, no disfrutará.

Este Servicio ha analizado la posibilidad de la existencia de un control conjunto sobre AVS por parte de MEDIAPRO y SOGECABLE, tras la adquisición por MEDIAPRO de los derechos del Valencia, Villarreal, Levante, Sevilla y, en particular, del Real Madrid, con posterioridad al Acuerdo de julio de 2006.

Asimismo, este Servicio se ha planteado si las actuaciones de SOGECABLE y MEDIAPRO para la constitución de un pool de derechos en AVS determinarían la existencia de un interés común susceptible de permitir a ambos el ejercicio de una influencia decisiva sobre AVS.

MEDIAPRO y SOGECABLE están vinculadas jurídicamente por los términos del Acuerdo de julio de 2006, en particular por las disposiciones relativas a la renovación de los derechos de los clubes ya cedidos, a la adquisición de nuevos derechos, a la cesión de AVS de los derechos para su explotación en TV en abierto, al control por SOGECABLE de los órganos de Gobierno de AVS y a las penalizaciones por eventuales incumplimientos de SOGECABLE o MEDIAPRO.

En este sentido, [...]:

- De las respuestas a los requerimientos de este Servicio, se desprende que MEDIAPRO y SOGECABLE estiman que, [...], la adquisición de los derechos del Sevilla, Levante, Valencia y Villarreal por MEDIAPRO no contraviene dicho Acuerdo, cuenta con la autorización de SOGECABLE y ha sido integrada en el pool de derechos.

Sobre esta cuestión, cabe recordar que, como señala el párrafo 38 de la Comunicación sobre concepto de concentración, "Cuando una operación da lugar a un control en común durante un periodo de puesta en marcha, pero dicho control deberá convertirse con arreglo a acuerdos jurídicamente vinculantes, en el control exclusivo de uno de los accionistas, se



considerará por regla general que esta operación constituye una adquisición de control exclusivo”. La Comunicación añade que este periodo de puesta en marcha no podrá exceder de tres años.

[...]

- Por otra parte, [...]. SOGECABLE señala en respuesta al último requerimiento de este Servicio que [...] “En efecto, en este momento, AVS dispone de los derechos de todos los clubes de 1ª División hasta la temporada [...] y también tiene comprometidos los derechos de retransmisión hasta dicha fecha con los distintos operadores que han adquirido los derechos de difusión en abierto (MEDIAPRO), pago (SOGECABLE) y pago por visión (SOGECABLE, Imagenio y todos los operadores de cable), por lo que cualquier acuerdo referido a temporadas posteriores a la [...] no afecta la explotación pacífica de estos derechos durante la presente y las dos siguientes temporadas, (...)”.

En todo caso, como ya se ha señalado, en los mercados descendentes de televisión, la operación notificada supone la adquisición por SOGECABLE del negocio de fútbol en televisión de pago y pago por visión, en la medida en que la explotación de los derechos de emisión en televisión en abierto se ha cedido irrevocablemente a MEDIAPRO, de forma que AVS sólo puede gestionar la explotación de los derechos en TV de pago y PPV, y MEDIAPRO, por su parte, no tiene margen para determinar la política de SOGECABLE/AVS en relación con la explotación de los derechos ya cedidos en TV de pago y PPV. Además, SOGECABLE manifiesta inequívocamente que, durante al menos [...] temporadas desde la firma del Acuerdo de julio de 2006, mantendrá el control de la explotación de los derechos audiovisuales de liga y copa para su explotación en pago y PPV. [...]. De ahí que este Servicio estime que la operación notificada está sujeta al control de concentraciones¹⁹.

Por otra parte, en relación con la delimitación de la operación, el cambio en la estructura accionarial de AVS, en virtud del Acuerdo de julio de 2006, presenta aspectos concentrativos y cooperativos, pues AVS es el vehículo en el que se articula el reparto de la explotación del conjunto de los derechos: corresponde a MEDIAPRO el negocio de explotación en TV en abierto y a AVS, cuyos órganos de Gobierno controlará SOGECABLE, el de la explotación en TV de pago y PPV.

¹⁹ Debe señalarse que en el supuesto de que se considerase que SOGECABLE y MEDIAPRO controlarían AVS conjuntamente y de forma permanente, la operación podría no ser notificable a los efectos del artículo 14.2 LDC, puesto que más del 50% de los ingresos de AVS provendría de forma estable de sus socios, lo que podría llevar a valorar la no disponibilidad de plenas funciones por parte de AVS. En efecto, como señala el párrafo 14 de la Comunicación de la Comisión sobre el Concepto de Empresa en Participación con Plenas Funciones “Una presencia importante de las empresas matrices en mercados ascendentes o descendentes constituye un dato que ha de tenerse en cuenta a la hora de determinar si la empresa en participación desempeña plenas funciones, cuando como consecuencia de dicha presencia se produce un volumen significativo de ventas o compras entre las matrices y la empresa en participación”.



En este sentido, es evidente que no existe identidad entre las partes de la operación de concentración notificada (SOGECABLE y AVS²⁰) y las partes que adquieren derechos u obligaciones en las disposiciones relativas a la adquisición, cesión y explotación de derechos de fútbol (AVS, SOGECABLE y MEDIAPRO).

Sin embargo, del Acuerdo de 24 de julio de 2006 se desprende que todas y cada una de sus previsiones están indisolublemente ligadas. En efecto, la cláusula octava dispone que “[...]”

Así, el hecho de que no se haya producido la entrada de MEDIAPRO ni en el capital ni en los órganos de administración de AVS, debe interpretarse a la luz del citado Acuerdo, no como una circunstancia que permita considerar la independencia de la operación de concentración del resto de lo dispuesto en el Acuerdo de 24 de julio de 2006, sino como una situación transitoria hasta la plena efectividad de todas sus cláusulas.

Por ello, el análisis de la presente operación de concentración requiere, en opinión de este Servicio, valorar algunos de los aspectos del Acuerdo de julio de 2006 que van más allá de la toma de control exclusivo de AVS por SOGECABLE, en particular, los relativos al fin último de la misma, esto es, la adquisición por SOGECABLE del control exclusivo del negocio de la explotación de la totalidad de los derechos audiovisuales de clubes de fútbol en España (Liga de fútbol y Copa de S.M. el Rey) en televisión de pago y pago por visión (PPV).

De esta forma, en opinión de este Servicio, la adquisición del control exclusivo de AVS por SOGECABLE supone, de facto, la adquisición en exclusiva del negocio de explotación de Liga y Copa de S.M. el Rey en televisión de pago y pago por visión durante los próximos años²¹. Además, debe tenerse en cuenta que antes del Acuerdo de 24 de julio de 2006, SOGECABLE ya no tenía garantizada²² la disponibilidad de todos los derechos necesarios para la explotación de la integridad de dicho negocio a partir de la presente temporada.

III. ALEGACIONES DE TERCEROS

III.1 Alegaciones de Esto es Ono, S.A.U. y Tenaria, S.A.

Con fecha 26 de octubre de 2006 Esto es Ono, S.A.U. y Tenaria, S.A. presentaron alegaciones ante el Servicio.

Consideran que la operación de concentración debe ser analizada en profundidad por el TDC. Para ello argumentan que:

²⁰ TVC es parte vendedora en la operación mercantil de compraventa de su participación en AVS pero no parte de la operación de concentración a los efectos de la Ley 16/1989 de Defensa de la Competencia.

²¹ MEDIAPRO y SOGECABLE disponen de los derechos audiovisuales de todos los clubes de 1ª División al menos hasta [...].

²² MEDIAPRO había adquirido derechos de clubes de 1ª División a partir de la temporada 2006/2007.



- La operación no supone una mera modificación de la naturaleza del control que SOGECABLE ejerce sobre AVS, sino que implica que MEDIAPRO, aún sin derechos de veto formal, pasa a ejercer una influencia decisiva sobre AVS, lo que determina la existencia de un control conjunto de facto por parte de SOGECABLE y MEDIAPRO sobre AVS.

La influencia decisiva de MEDIAPRO deriva de que se ha producido un reparto de la gestión y explotación de los derechos, por el que MEDIAPRO obtiene la gestión en exclusiva de los derechos de retransmisión en abierto y desaparece como proveedor independiente de derechos de retransmisión para la televisión de pago. Además, ambos tienen interés en mantener el modelo de reparto de derechos en ambos mercados de televisión, en acordar los partidos que se emiten en abierto y en pago y en maximizar los ingresos conjuntos de AVS.

Asimismo, existen vínculos entre SOGECABLE y MEDIAPRO que hacen pensar en un control conjunto sobre AVS, y algunos de estos vínculos se han formalizado en el contrato que ha dado lugar a la operación de concentración.

- Aún en el caso de que no existiera tal control conjunto, existe un vínculo estructural entre los elementos de la operación y los acuerdos de reparto de derechos de retransmisión que han dado lugar a la misma, y la operación no se hubiese producido sin dichos acuerdos de reparto. Por ello, es necesario examinar los efectos de estos acuerdos de reparto sobre la competencia efectiva en los mercados afectados: mercado de adquisición de derechos de retransmisión de acontecimientos futbolísticos en que participan equipos españoles y que se celebran regularmente (Liga y Copa); mercado de reventa de los anteriores derechos; mercado de televisión de pago; mercado de televisión en abierto.
- La operación tiene efectos perjudiciales sobre la competencia en los distintos mercados afectados. En particular:
 - o En el mercado de adquisición de derechos de retransmisión de partidos de Liga y Copa desaparece MEDIAPRO como competidor independiente de SOGECABLE y AVS se convierte en el comprador único de los derechos para todas las modalidades de retransmisión. Esto puede generar una bajada de los precios de adquisición de derechos a los clubes y da a AVS la posibilidad de cerrar la explotación de los derechos de retransmisión a terceros. Adicionalmente, la operación pone todos los derechos de retransmisión en manos del operador dominante en el mercado de televisión de pago, lo que genera problemas de competencia, sin que la limitación temporal de la exclusiva sirva para restaurar la competencia. Tampoco existen como consecuencia de la operación eficiencias que beneficien a los consumidores.
 - o En el mercado de reventa de derechos se elimina la competencia entre MEDIAPRO y SOGECABLE, pues desaparece MEDIAPRO como proveedor independiente y creíble de partidos en televisión de pago,



de modo que se refuerza la posición dominante de SOGECABLE en este mercado (a través de AVS), y en el mercado descendente de televisión de pago.

- Por último, señala que han de tenerse en cuenta los conflictos entre SOGECABLE, AVS y los operadores de cable por la dificultad de acceso a los derechos de fútbol en condiciones de mercado y la inaplicabilidad de las condiciones con las que se autorizó la concentración SOGECABLE/VÍA DIGITAL.

III.2 Alegaciones de Televisión Autonomía Madrid, S.A.

En su escrito de fecha 10 de noviembre de 2006, Televisión Autonomía Madrid, S.A. señala que:

- Se ha violado el artículo 15.2 de la LDC, por haberse ejecutado la operación de concentración previamente a su autorización. Para ello, argumenta que se ha consumado el cambio accionarial y, además, parece que se están ejercitando los derechos asociados a las acciones, puesto que AVS está gestionando derechos que pertenecían a MEDIAPRO.
- Se ha producido tanto una operación de concentración como un acuerdo anticompetitivo previo a la misma (AVS III).

La concentración es un instrumento para la concertación anticompetitiva entre SOGECABLE y MEDIAPRO y en la que también participan AVS, la Sexta y Digital+. Esa concertación supone no sólo un cambio accionarial en AVS, sino también:

- o la cesión a SOGECABLE de derechos de fútbol de pago y pago por visión para su explotación a través de Digital+;
 - o la cesión a MEDIAPRO de derechos de retransmisión en abierto, con la perspectiva de que La Sexta resultara adjudicataria de los derechos;
 - o la adjudicación a La Sexta de derechos de retransmisión en televisión en abierto, que ha incumplido la Ley 21/1997.
- El acuerdo anticompetitivo previo (AVS III) no puede identificarse con el que da lugar a la operación de concentración, puesto que no existe identidad ni de sujetos (en el acuerdo, SOGECABLE, MEDIAPRO y AVS y en la concentración, SOGECABLE y AVS) ni de objeto (cambio accionarial y de control en la concentración frente a reparto de derechos en el acuerdo). Por lo tanto, el acuerdo debe ser analizado por sí mismo y no quedar autorizado en el marco de la operación de concentración notificada. Este acuerdo previo da lugar al reparto de los derechos de retransmisión en abierto y en pago, y no puede incardinarse en la operación de concentración.
 - El acuerdo AVS III tampoco puede considerarse restricción accesoria a la operación de concentración y ser aprobada como parte de ella porque:
 - o no está directamente vinculada a la operación. El acuerdo no tiene por objeto permitir que la concentración se realice, sino que la operación se notifica para encubrir el acuerdo;



- no es necesario el acuerdo para que se realice la totalidad de la operación. Mediante el acuerdo se pacta el modelo de comercialización de los derechos de fútbol y mediante la concentración, el poder de decisión sobre la gestión de esos derechos;
 - no responde al objeto habitual de las restricciones accesorias (proteger el valor de lo transferido, garantizar la continuidad de suministro, permitir la puesta en marcha de una nueva entidad);
 - los sujetos que intervienen en la concentración y en el acuerdo son distintos.
- La operación notificada es susceptible de obstaculizar la competencia efectiva. En particular, argumenta que:
- El paso de control conjunto a exclusivo de SOGECABLE sobre AVS no es inocuo. Por lo contrario, supone la adquisición o refuerzo por SOGECABLE de una posición dominante en el mercado ascendente de derechos de retransmisión de fútbol, puesto que su control sobre los derechos se amplía a los aportados por MEDIAPRO a AVS.
 - La operación da lugar al refuerzo vertical, a través del mercado de derechos, de la posición de dominio de SOGECABLE en el mercado descendente de televisión de pago, que le permite dificultar el suministro de los contenidos de fútbol de los que es propietario en el mercado ascendente a los operadores de televisión de pago que compiten con su filial. Asimismo, la operación favorece a La Sexta y Cuatro en el mercado de televisión en abierto, y limita el efecto disciplinador de la televisión de en abierto sobre el mercado de televisión de pago.
 - Da lugar a la posible expulsión de otros operadores del mercado, vía negativa de suministro de contenidos de fútbol, reduciéndose las opciones de los consumidores;
 - Incrementa las barreras a la entrada en los mercados de televisión en abierto y de pago.
 - AVS no ha gestionado los derechos de retransmisión de acuerdo con las exigencias determinadas por la práctica reiterada de la Comisión Europea.
 - La naturaleza cambiante de los mercados afectados no desvirtúa la realidad de los efectos anticompetitivos descritos.

III.3 Alegaciones Antena 3 Televisión, S.A.

En su escrito de 16 de noviembre de 2006, Antena 3 Televisión, S.A. señala que la toma de control de AVS por SOGECABLE puede suponer un total cierre del mercado de los derechos televisivos de los acontecimientos deportivos que AVS actualmente tiene o que adquiera en el futuro.

III.4 Alegaciones de Sevilla Fútbol Club Sociedad Deportiva, S.L. y Santa Mónica Advances, S.L.



En su escrito remitido por correo administrativo el 10 de noviembre de 2006, Sevilla Fútbol Club Sociedad Deportiva, S.L. y Santa Mónica Advances, S.L. señalan que la operación de concentración obstaculizará el mantenimiento de una competencia efectiva en los diversos mercados afectados y que no debe ser autorizada.

Adicionalmente, consideran que el Acuerdo de julio de 2006 forma parte de la operación de concentración, y que las consecuencias inmediatas de la misma son:

- SOGECABLE refuerza su posición de dominio en la televisión de pago;
- SOGECABLE alcanza, a través de AVS, posición de dominio en los mercados mayorista y minorista de derechos televisivos de Liga y Copa;
- MEDIAPRO reduce los riesgos derivados de la competencia, refuerza la posición de La Sexta en el mercado de televisión en abierto (al obtener el partido en abierto de los sábados) y probablemente se beneficiará de ventajas en el mercado de producción móvil de televisión;
- se impide la entrada de nuevos competidores en los mercados mayorista y minorista de derechos televisivos de partidos de Liga y Copa;
- se restringe la demanda, ya que los clubes sólo tienen un comprador potencial para sus derechos, por lo que los precios que obtengan por ellos serán menores.

Además, consideran que se ha producido una violación del artículo 15.2 de la LDC, por haberse ejecutado la operación antes de su notificación y que SOGECABLE está incumpliendo las condiciones del ACM de 29 de noviembre de 2002.

III. 5 Alegaciones de Gestevisión Telecinco, S.A.

En su escrito de 10 de noviembre de 2006, Gestevisión Telecinco, S.A. señala que el control en exclusiva sobre AVS permite a SOGECABLE controlar en España la explotación de los derechos de la Liga, incluyendo la sublicencia a operadores que son competidores suyos en otros mercados como televisión en abierto, pago, pago por visión, publicidad televisiva,...

Adicionalmente, considera que la operación no supone un mero cambio de control sobre AVS sino también un acuerdo para la puesta en común por parte de SOGECABLE y MEDIAPRO de los derechos televisivos de los clubes de fútbol para su explotación conjunta a través de AVS. Tal acuerdo, que podría implicar un reparto del mercado de derechos, requiere un análisis en profundidad de sus consecuencias.

Por otra parte, los acuerdos incluyen el otorgamiento a MEDIAPRO de la condición de comercializadora de derechos en abierto e internacional de la Liga. Así, MEDIAPRO adquiere la doble condición de accionista / comercializador de derechos audiovisuales en AVS y accionista de un operador en abierto (La Sexta).



Por último, indica que se debe valorar asimismo la procedencia de establecer garantías de acceso por terceros a los derechos televisivos en juego y la no discriminación frente a filiales, a fin de garantizar una competencia libre real y efectiva en el acceso a dichos derechos.

IV. RESTRICCIONES ACCESORIAS

Como se ha señalado con anterioridad, este Servicio entiende que de la redacción del Acuerdo de julio de 2006 se desprende que todas sus disposiciones están indisolublemente unidas. Si MEDIAPRO cede sus derechos audiovisuales (que sólo abarcan parte de los clubes de Primera División pero que pueden ser explotados tanto en TV de pago y PPV como en abierto) es para recibir a cambio la posibilidad de explotar los derechos del conjunto de los clubes exclusivamente en TV en abierto. Por su parte, SOGECABLE/AVS cede bajo ciertas condiciones la explotación del negocio de explotación de los derechos audiovisuales de Liga y Copa en TV en abierto a cambio de una contraprestación económica y de la posibilidad de controlar en exclusiva el negocio de la explotación en TV de pago y PPV del conjunto de los derechos.

IV.1 Cláusula de no competencia en la adquisición de derechos

El contrato de 24 de julio de 2006 recoge un pacto de no competencia en su cláusula quinta.

Ésta establece que corresponde a AVS [...].

[...].

Como se ha señalado anteriormente, MEDIAPRO ha procedido a adquirir los derechos de determinados clubes con posterioridad a julio de 2006, en particular, los del Real Madrid, [...]. En todo caso, en este momento MEDIAPRO y AVS disponen entre los dos de los derechos de todos los clubes de Primera División durante, al menos, las [...] temporadas siguientes al Acuerdo de julio de 2006. Esta circunstancia limita la posibilidad de competencia por la adquisición de derechos entre ambas, al menos, a medio plazo.

En el presente caso, MEDIAPRO no es parte de la operación de concentración ni es vendedora de participaciones en AVS, si bien sí es cedente de los derechos que permiten a AVS reconstituir la posición de que había disfrutado en temporadas anteriores, lo que posibilita a SOGECABLE alcanzar el control exclusivo del negocio de explotación de Liga y Copa en pago y PPV mediante la toma de control exclusivo de AVS.

En todo caso, cabe señalar que la cláusula de no competencia es de duración indefinida cuando los derechos que cede MEDIAPRO no lo son y que los precedentes y Comunicación de la Comisión sobre restricciones accesorias, esencialmente referidos a pactos de no competencia entre oferentes (en este caso MEDIAPRO y SOGECABLE son demandantes en el mercado de adquisición de derechos), limitan la duración de los pactos de no competencia.

IV.2 Acuerdos de cesión de derechos



El contrato de 24 de julio de 2006 recoge dos pactos de cesión de derechos audiovisuales en exclusiva: uno de MEDIAPRO a AVS, por el que MEDIAPRO cede en exclusiva los derechos audiovisuales de que dispone durante las temporadas [...] y otro por el que AVS cede en exclusiva a MEDIAPRO el derecho a comercializar [...] de Liga de Primera División y [...] de Segunda por jornada y Copa de S.M. el Rey, además de los correspondientes resúmenes, durante las temporadas 2006/2007 a [...].

En relación con la cesión en exclusiva de derechos entre MEDIAPRO y AVS cabe señalar lo siguiente:

- La cesión de MEDIAPRO a AVS permite a SOGECABLE la adquisición del control exclusivo sobre el negocio de explotación del conjunto de derechos audiovisuales exclusivos de Liga y Copa del Rey en TV de pago y PPV. En efecto, tal cesión permite la puesta en común de los derechos de todos los clubes de Primera División incrementando el valor de AVS.

En todo caso, cabría considerar que a AVS le bastaría para poner en común los derechos de todos los clubes de Primera División con que MEDIAPRO le cediese los derechos de los mismos clubes aún sin régimen de exclusividad. La Comisión, como se verá más adelante, ha admitido las ventajas de la puesta en común de los derechos audiovisuales del fútbol²³, si bien ha considerado que tales esquemas de explotación conjunta deben reunir determinadas características con el fin de eliminar riesgos anticompetitivos (por ejemplo, de cierre del mercado).

- Por su parte, la cesión de la explotación de derechos de TV en abierto de AVS a MEDIAPRO permite, junto con las demás disposiciones del Acuerdo de julio de 2006, materializar la asignación de los negocios de explotación de derechos audiovisuales exclusivos de fútbol entre MEDIAPRO (TV en abierto) y SOGECABLE/AVS (TV de pago y PPV).

IV.3 Valoración

El apartado 5 del artículo 15.bis de la Ley 16/1989 establece que podrán entenderse comprendidas dentro de una operación determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización.

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2005/C56/03), este Servicio estima que el contenido y duración del pacto de no competencia y de los acuerdos de cesión en exclusiva de derechos pueden

²³ Ver conferencia de 28 abril de 2006 de Torben Torf: Developments in European Law.

http://ec.europa.eu/comm/competition/speeches/text/sp2006_003_en.pdf

En la misma se destaca que la puesta en común de los derechos genera eficiencias, entre las que destacan el ahorro de los costes de transacción, la imagen marca, y la creación de un producto audiovisual de la Liga.



ir más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración objeto del presente informe. No obstante, este Servicio considera que procede un análisis en profundidad de la vinculación de estos pactos a la operación notificada y, en su caso, de los efectos de los mismos en el presente expediente de control de concentraciones²⁴.

V. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas, dado que no se alcanzan los umbrales previstos en su artículo 1.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 16/1989 para su notificación, al superar los umbrales establecidos en el artículo 14.1 a) y b) de la misma.

VI. EMPRESAS PARTICIPES

VI.1 “SOGECABLE, S.A.” (SOGECABLE)

SOGECABLE es una compañía cotizada en bolsa, que opera en el sector de medios de comunicación.

SOGECABLE está presente en los siguientes negocios:

- a) **Televisión de pago.** SOGECABLE gestiona y explota una plataforma de televisión digital por satélite (Digital +) y un canal premium digital (Canal +).
- b) **Televisión en abierto.** SOGECABLE es titular de una de las tres concesiones de televisión privada al amparo de la Ley 10/1988, de televisión privada con efectos desde el 3 de abril de 1990. Hasta el 7 de noviembre de 2005, SOGECABLE emitía en abierto 6 horas diarias a través de Canal+. Desde esa fecha, y tras la modificación del contrato concesional el 29 de julio de 2005²⁵, emite en abierto 24 horas a través del canal Cuatro.
- c) **Producción y comercialización de canales temáticos.** SOGECABLE se encuentra presente en este mercado a través de las empresas Cinemanía, S.L., Fox Kids España, S.L. y SOGECABLE Música, S.L. En particular, produce los siguientes canales temáticos: Canal + Deportes, Cinemanía, Cinemanía 2, Cinemanía 30, Cinemanía clásico, DCine Español, Documanía, Viajar, Sportmanía, Golf +, CNN+, 40TV, 40 Latino, Fox Kids-Jetix y Caza y Pesca.

SOGECABLE comercializa a terceros estos canales temáticos y otros producidos por empresas ajenas al grupo como Discovery Channel, People & Arts, TCM, Cartoon Network y CNN Int. Entre sus clientes se encuentran

²⁴ Todo ello sin perjuicio, en su caso, de la aplicación de la normativa de acuerdos entre empresas y prácticas restrictivas de la competencia. En este sentido, se ha remitido a la S.G. de Conductas Restrictivas de la Competencia por nota de régimen interior de fecha 22 de diciembre de 2006 copia del presente expediente para la apertura de diligencias previas.

²⁵ Mediante Acuerdo de Consejo de Ministros de esa misma fecha.



todos los operadores de cable españoles y algunas empresas portuguesas (Cabovisao, Pluricanal Liria, Bragatel y Pluricanal Santarem).

- d) **Producción y distribución cinematográfica.** SOGECABLE se encuentra presente en la producción de cine a través de Sogecine con la que ha producido más de 80 películas. En distribución cinematográfica actúa mediante Sogepaq.
- e) **Compra y gestión de derechos de retransmisión.** SOGECABLE se encuentra presente en este mercado a través de Audiovisual Sport (AVS), de Cinemanía, Compañía Independiente de Televisión, S.L., Fox Kids España, S.L. y SOGECABLE Música, S.L.
- f) **Televisión interactiva y nuevos negocios.** A través de Digital+, SOGECABLE comercializa servicios de televisión interactiva y de valor añadido entre los que destacan el lanzamiento de un canal de juegos interactivo (Playing TV) y Audio Digital (servicio de audio sin interrupciones con 9 canales de música con calidad digital).
- g) **Servicios.** A través de Centro de Asistencia Telefónica, S.A. (CATSA), SOGECABLE presta servicios de gestión integral de clientes tanto para sí misma como para empresas privadas y públicas. Si bien CATSA nació para dar cobertura a los clientes de la TV de pago, ha ido incrementando sus actividades que incluyen servicios de telemarketing, *back-office* (gestión administrativa de clientes y distribuidores) y sistemas de información.

Como se ha indicado anteriormente, SOGECABLE se encuentra sometida a un régimen de vigilancia hasta el 29 de noviembre de 2007 como consecuencia de la vigencia²⁶ hasta esa fecha de las condiciones de los Acuerdos de Consejo de Ministros de 29 de noviembre de 2002.

Adicionalmente, debe señalarse que SOGECABLE está sujeta a las condiciones impuestas por Acuerdo del Consejo de Ministros de 29 de julio de 2005 por el que se modifica el contrato de concesión de su canal analógico de televisión para permitir la emisión en abierto 24 horas al día²⁷.

Los principales accionistas de SOGECABLE son PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A. (43,4% capital social) y TELEFÓNICA, S.A. (17,3%²⁸). Teniendo en cuenta la asistencia media a las Juntas Generales de Accionistas de SOGECABLE en los últimos años, los derechos de voto de PRISA son superiores al 50% de los derechos políticos de los accionistas presentes o representados en las mismas. Por lo tanto, PRISA está en condiciones de ejercer una influencia decisiva sobre las actividades de SOGECABLE, lo que le otorga el control exclusivo sobre la misma²⁹.

²⁶ Excepcionalmente, el cómputo del plazo de cinco años de vencimiento de la condición cuarta del acuerdo relativo a otros derechos distintos del fútbol se inicia al vencimiento de los contratos en ella contemplados.

²⁷ Una de estas condiciones limita la capacidad de SOGECABLE para emitir en abierto los partidos de fútbol de Liga y de Copa de S.M el Rey hasta la temporada 2008/2009.

²⁸ En participaciones directas e indirectas.

²⁹ Ver expediente N-05098 PRISA/SOGECABLE.



PRISA es una sociedad cotizada en bolsa que encabeza el principal grupo multimedia español, con intereses en terceros países, principalmente, en América Latina. El principal accionista de PRISA es D. Jesús de Polanco Gutiérrez, que controla indirectamente el 64,4% del capital social de PRISA³⁰.

El Grupo PRISA se encuentra presente en los siguientes negocios:

- a) **Prensa.** Edita los diarios El País, Cinco Días y As y las revistas Cinemanía, Claves, Rolling Stones, Gentleman y La Revista 40. En mayo de 2005, PRISA adquirió un 17,68% del capital del diario francés Le Monde y mantiene, asimismo, actividades en prensa en el sur de Francia y Bolivia.
- b) **Radio.** Es propietaria de la Sociedad Española de Radiodifusión (SER) y, a través de ésta, de Ona Catalana. Asimismo, dispone del 80% del capital de Sociedad de Servicios Radiofónicos Unión Radio. A nivel internacional, el grupo PRISA explora, a través de Grupo Latino de Radio una red de radio panamericana con emisoras en Colombia (Caracol Radio), México (Radiópolis), Argentina (Continental), Costa Rica, Chile, Estados Unidos (Miami y, próximamente sur de California) y Panamá.
- c) **Edición.** PRISA desarrolla actividades en este sector a través de Grupo Santillana, Taurus, Alfaguara, Aguilar, Ediciones Altea y Richmond Publishing.
- d) **Educación y formación.** Opera a través del Grupo Santillana.
- e) **Televisión y producción audiovisual.** PRISA presta servicios de televisión a través de Promotora de Emisoras de Televisión (PRETESA) que emite bajo la marca Localia, y desarrolla actividades de producción audiovisual a través de Plural Entertainment y su filial Tesela.
- f) **Internet y nuevas tecnologías.** PRISA controla Prisacom y participa al 50% en la sociedad Infotecnia, dedicada a la prestación de servicios de información a usuarios por vía telefónica.
- g) **Comercial, marketing y publicidad.** Dentro de este área, se encuentra Gerencia de Medios (GDM) que actúa como central de ventas multimedia en el mercado publicitario español. Cuenta con una amplia oferta de soportes de prensa y revistas, radio, televisión e Internet que completa con servicios de valor añadido en las áreas de merchandising, marketing promocional, música, cine y creatividad.
- h) **Impresión.** En octubre de 2003, PRISA constituyó una empresa conjunta, Dédalo Grupo Gráfico, con el grupo impresor británico Polestar y la sociedad de capital riesgo Ibersuizas³¹.

³⁰ Esta participación se realiza a través de Promotora de Publicaciones, S.A. (44,535%), Timón, S.A. (18,479%), Nomit Inversiones SIMCAVF, S.A. (0,248%), Nomit III Internacional SIMCAVF, S.A. (0,500%), Nomit IV Global SIMCAVF, S.A. (0,539%), Eure K Inversiones SIMCAV, S.A. (0,064%).

³¹ La operación fue autorizada por la Comisión europea el 15 de diciembre de 2003: caso COMP/M.3322 Polestar/Prisa/Inversiones Ibersuizas/JV. Con fecha 28 de octubre de 2005, ha sido notificada a la Comisión una nueva operación de concentración, caso COMP/M.3983 Polestar/Prisa/Ibersuizas/Iberian Capital/Dédalo, por la que se produce la entrada de un nuevo



i) **Telecomunicaciones.** PRISA participa en el capital de Iberbanda³², operador de telecomunicaciones de banda ancha a través de radiofrecuencia que ofrece servicios de acceso a Internet de alta velocidad, telefonía y transmisión de datos.

El volumen de ventas de SOGECABLE en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del Real Decreto 1443/2001, según la notificante, fue la siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS GRUPO SOGECABLE (MILLONES DE EUROS)			
	2003	2004	2005*
Mundial	1.169	1.414	[>2.500]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

* Este año incluye el volumen de ventas correspondiente a PRISA, y excluye el de AVS.

Fuente: Notificación

VI.2 “AUDIOVISUAL SPORT, S.L.” (AVS)

AVS es una compañía cuya principal actividad es la adquisición, gestión, explotación y administración de derechos audiovisuales de fútbol de la Liga y de la Copa de S.M. el Rey.

Los accionistas de AVS son SOGECABLE (80%) y TVC (20%). No obstante, AVS está bajo el control conjunto de ambos socios, dado que TVC tiene un derecho de veto en la Junta General y en el Consejo de Administración en los actos y contratos relativos a derechos audiovisuales de clubes de fútbol.

En la actualidad, AVS está explotando, de iure o de facto, todos los derechos televisivos de fútbol de la Liga (Primera y Segunda División) y la Copa de S.M. el Rey.

El volumen de ventas de AVS en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al artículo 3 del Real Decreto 1443/2001, según la notificante, fue la siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS AVS (MILLONES DE EUROS)			
	2003	2004	2005*
Mundial	131	330	383
Unión Europea	[<250]	[>250]	[>250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

* En 2005 208 millones de euros de ventas se realizan a los socios, SOGECABLE (189 M. €) y TV3 (19 M. €)

Fuente: Notificación

VII. MERCADOS RELEVANTES

VII.1 Mercados de producto

socio, Iberian Capital, en el capital de Dédalo que pasará a estar controlada conjuntamente por cuatro socios.

³² Ver expediente N-06038 TELEFÓNICA / IBERBANDA.



La operación notificada tiene lugar en el sector de los medios de comunicación social y de los servicios audiovisuales, en particular, en el ámbito de los contenidos deportivos para televisión.

AVS, sociedad sobre la que SOGECABLE pasará de tener control conjunto a exclusivo, opera en las actividades de adquisición y reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga española y la Copa de S.M. el Rey. SOGECABLE también opera, por su parte, en los mercados verticalmente relacionados de TV de pago y TV en abierto

VII.1.1 Contenidos

La adquisición y reventa de contenidos es una actividad estrechamente relacionada con los mercados de televisión de pago y en abierto. Por ello, es habitual que los operadores de televisión se encuentren verticalmente integrados³³, disponiendo de programadores que satisfagan, en parte, sus necesidades de emisión.

La Comisión ha considerado³⁴ que los contenidos que determinan la capacidad de competir difieren en el caso de la televisión de pago y en abierto. Así, algunos contenidos sólo se licencian para televisión de pago. Adicionalmente los operadores de televisión en abierto pueden lograr una posición competitiva importante sin disponer de fútbol y películas de estreno (por ejemplo, centrándose en series y programas de entretenimiento).

En efecto, el papel que los contenidos juegan dentro del mercado de la TV de pago es particularmente importante ya que es necesario ofrecer una programación atractiva con el objeto de conseguir clientes dispuestos a pagar una cuota. Entre los contenidos con los que debe contar un operador de televisión de pago se han considerado las películas de mayor éxito de taquilla, los partidos de fútbol en los que juegan equipos nacionales y los canales temáticos³⁵.

En precedentes anteriores³⁶ se ha considerado que el fútbol y el cine de estreno son contenidos necesarios para realizar una oferta atractiva de televisión de pago, y se han diferenciado dos mercados de producto separados: derechos de retransmisión cinematográficos y derechos de retransmisión de acontecimientos futbolísticos, entre otras razones, por la diferente naturaleza de los oferentes en unos y otros derechos.

La notificante, por su parte, estima que existe un mercado de adquisición de contenidos para la televisión de pago, que incluye la adquisición de derechos de retransmisión de acontecimientos deportivos, de cine y de otros contenidos. Para ello, argumenta que estos contenidos son intercambiables

³³ Por ejemplo las participaciones de Telefónica en Endemol o Zeppelin TV, las de Telecinco en Estudios Picasso o Factoría de Ficción, las de Antena 3 en Guadiana Producciones o la de ONO en Factoría de Canales.

³⁴ Casos COMP/M.3595 – Sony/MGM y COMP/M.2876 Newscorp/Telepiu.

³⁵ Frente a los canales temáticos se sitúan los denominados canales generalistas que pueden tener la consideración de “canales premium” si disponen de contenidos exclusivos, sobre todo fútbol y cine.

³⁶ Es particularmente relevante en el caso español la Decisión de remisión de la Comisión de 14 de agosto de 2002 en el caso COMP/M.2845 SOGECABLE/Canal Satélite Digital/Vía Digital



para los operadores de televisión de pago para configurar una oferta atractiva y variada.

Sin embargo, como reconoce la notificante, desde el punto de vista del consumidor final tales contenidos no son intercambiables. Esto implica que el operador de la televisión de pago necesita todos los tipos de contenido para tener una oferta variada ante el consumidor final, lo que implica la falta de sustituibilidad entre los distintos tipos. Asimismo, conviene tener presente que cada tipo de derechos se comercializa de manera diferente, tiene un ritmo de depreciación distinto³⁷, y una estructura de precios diferente.

La misma diferenciación por parte de los consumidores finales y los operadores de televisión tiene lugar entre los acontecimientos deportivos regulares y los irregulares³⁸, y entre el fútbol y otros deportes³⁹.

Por ello, los precedentes, tanto de la Comisión Europea⁴⁰ como de las autoridades nacionales⁴¹ han definido como mercados relevantes diferenciados los de adquisición y reventa de derechos de retransmisión en directo de acontecimientos futbolísticos celebrados durante el año y todos los años en los que participen equipos españoles.

Asimismo, la Comisión ha dejado abierta la posibilidad de definir un mercado de producto más estrecho, que sólo incluiría los partidos de Liga y Copa de S.M. el Rey. Los argumentos a favor de esta segmentación son que la participación de los equipos españoles en los partidos de Liga de Campeones y Copa de la UEFA no es regular⁴², y que el sistema de comercialización y la estructura de precios son distintos⁴³. El Consejo de Competencia francés también se inclina por esta posibilidad en el informe nº 06-A-13, de 13 de julio

³⁷ En el caso de los derechos televisivos de fútbol, los consumidores demandan el directo, lo que implica que el valor de los derechos sobre un partido concreto se deprecian muy rápido. No ocurre lo mismo con los derechos sobre una determinada película o serie.

³⁸ Por ejemplo, la Copa del Mundo de fútbol o 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. Tampoco se pueden incluir los partidos correspondientes a las fases preparatorias de la selección española, dado que el calendario de dichos partidos varía año a año, su impacto sobre la audiencia suele mucho más elevado, y el sistema de comercialización de los derechos y los precios son diferentes.

³⁹ Las diferencias de audiencia entre el fútbol y otros deportes son muy significativas, lo que implica que los derechos televisivos sobre el fútbol son mucho más atractivos.

⁴⁰ Ver entre otras, las Decisiones M.4066 CVC/SLEC, M.2876 Newscorp/Telepiu y M.2845 SOGECABLE/CANAL SATELITE DIGITAL/VÍA DIGITAL entre otras.

⁴¹ Expedientes N-05098 PRISA/SOGECABLE y, esencialmente, C-74/02 SOGECABLE/Vía Digital del TDC.

⁴² Existe incertidumbre sobre cuantos partidos van a jugar los equipos españoles en estas competiciones y qué equipos españoles van a jugarlas.

⁴³ En particular, los derechos de los partidos de Liga de Campeones y Copa de la UEFA (a partir de cuartos de final) no son adquiridos directamente a los clubes de fútbol, sino que es la UEFA (a través de Television Event and Marketing AG -TEAM-) quien se ocupa de comercializarlos directamente al operador de televisión. Respecto a los partidos de la Copa de la UEFA anteriores a cuartos de final, dada la incertidumbre sobre qué equipos españoles van a jugarla, los contratos suelen firmarse año a año con los clubes de fútbol españoles participantes.



de 2006, sobre la adquisición de TPS y Canal Satellite por Vivendi Universal y Grupo Canal +.

A la vista de lo anterior, las condiciones de competencia en las actividades de adquisición y reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga española y la Copa de S.M. el Rey son significativamente distintas respecto a las actividades adquisición y reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de Liga de Campeones y Copa de la UEFA en los que participan equipos españoles, por lo que a los efectos del presente análisis se estudiarán separadamente como mercados diferenciados.

La notificante, en línea con los precedentes citados diferencia dos mercados diferenciados, uno referido a la adquisición de derechos televisivos (fase mayorista en la que los clubes son oferentes y los revendedores o cadenas de TV son demandantes), y otro de reventa de los derechos de retransmisión a operadores de medios de comunicación (fase minorista, en la que los revendedores u operadores de TV son oferentes y la demanda viene dada por operadores de TV). A los efectos del presente análisis ambos se estudiarán separadamente como mercados diferenciados.

VII.1.2 Televisión

Los precedentes tanto de la Comisión Europea⁴⁴ como de las autoridades nacionales⁴⁵ han diferenciado el **mercado de televisión de pago** del **mercado de televisión en abierto**. Esta distinción se basa en las diferentes condiciones de competencia en ellos, ya que en la TV en abierto la relación comercial se establece entre el radiodifusor (oferente) y el anunciante (demandante)⁴⁶ y en la TV de pago existe una relación directa entre el radiodifusor y el abonado (demandante).

En la TV financiada con publicidad o TV en abierto los parámetros básicos del mercado son la audiencia y el tiempo dedicado a los espacios publicitarios, que condicionan las tarifas a pagar por los mismos y los ingresos publicitarios de las cadenas. En la TV de pago los factores clave para competir son la configuración de la programación, la calidad de los servicios prestados y los precios del abono y, en su caso, su empaquetamiento con otros servicios como telefonía e internet.

A pesar de considerar mercados diferenciados, no cabe obviar la interrelación entre ambos: cuanto más atractiva sea la oferta de la TV en abierto, menor será el desarrollo de la TV de pago, y cuanto mayor sea la saturación de espacios publicitarios en la TV en abierto mayor será el trasvase de audiencia a la TV de pago. La audiencia y los ingresos por publicidad son, así, indicadores complementarios de la posición competitiva de cada uno de los

⁴⁴ Decisiones IV/M.779 Bertelsmann/CLT; COMP/M.1943 Telefónica/Endemol; COMP/M.1958 Bertelsmann/GBL/Pearson TV, IV/M.1574 Kirch/Mediaset y COMP/M.2876 Newscorp/Telepiu entre otras.

⁴⁵ Expedientes C-74/02 SOGECABLE/Vía Digital del TDC y N-03023 Kort Geding/Antena3 TV y N-05079 ONO/AUNA TLC del SDC.

⁴⁶ Las televisiones públicas perciben además recursos públicos mediante diversas vías.



operadores en este ámbito, aunque otros aspectos, como el recurso a financiación pública, influyen también en la misma.

SOGECABLE está presente en televisión de pago (a través de Digital +) y en televisión en abierto (a través de Cuatro), mientras que MEDIAPRO tiene una presencia en televisión en abierto, a través de La Sexta

El mercado de la televisión de pago en España ha sido ya analizado por las autoridades de competencia españolas. En particular, el TDC lo ha definido como aquél que incluye los servicios de televisión con tecnología analógica o digital mediante transmisión de señal encriptada por medio de cualquier tecnología: emisión de ondas hertzianas, microondas, satélite, fibra óptica, cable telefónico o cable coaxial junto con los servicios interactivos comercializados conjuntamente con los anteriores y los servicios accesorios a este tipo de televisión tanto técnicos como administrativos.

Cabría incluir, asimismo, los servicios de pago por visión, de vídeo bajo demanda y vídeo casi bajo demanda, dado que no se ofrecen independientemente de la suscripción a la oferta multicanal de cada operador y se encuentran en un estado incipiente de desarrollo. No obstante, esta consideración puede cambiar en el futuro a medida que se vayan desarrollando o se produzcan avances tecnológicos que permitan su prestación con independencia de la suscripción a una plataforma multicanal⁴⁷.

En este mercado el operador que presta servicios hace llegar al público determinados contenidos codificados que sólo pueden verse por los consumidores abonados⁴⁸.

La televisión de pago se ofrece actualmente a través de tres medios de difusión: el satélite utilizado para las emisiones de Digital+ (Grupo SOGECABLE), las redes de cable coaxial y de fibra óptica desplegadas por los respectivos operadores de cable y el par de cobre con tecnología ADSL utilizado por Telefónica (Imagenio) y otros operadores. Cabe destacar que la oferta de televisión de pago de los operadores de cable y de Telefónica se puede integrar con otros servicios de telefonía fija y acceso a Internet de banda ancha para ofrecer lo que se denomina *triple play*, e incluso *quadruple play*, si se introduce también la telefonía móvil.

A la vista de lo anterior, este Servicio analizará la incidencia de la operación notificada en el mercado de la televisión de pago sin distinción en función de la tecnología de transmisión.

Dentro del mercado de televisión de pago se analizará la presencia de las partes en el segmento de servicios de pago por visión de fútbol, por lo que el espectador paga una cantidad determinada para tener acceso a un partido de fútbol.

⁴⁷ Así, la transición de la tecnología analógica a la digital permitirá a los operadores de TV en abierto utilizar su mayor capacidad de transmisión para prestar servicios adicionales.

⁴⁸ Los abonados pagan una cuota de abono, una cuota mensual, la instalación de los equipos necesarios para la recepción y descodificación de la señal, y, en su caso, los servicios de pago por visión.



VII.1.3 Conclusión

En conclusión, en la presente operación se analizarán los efectos de la operación en los mercados de adquisición y reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga española y la Copa de S.M. el Rey y en el de adquisición y reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga de Campeones y de la Copa de la UEFA en los que participen equipos españoles, y en los mercados verticalmente afectados de televisión en abierto y televisión de pago, y dentro de éste último, en el segmento de servicios de pago por visión de partidos de fútbol.

VII.2 Mercados geográficos

Los antecedentes nacionales y comunitarios anteriormente citados han considerado que la dimensión geográfica de los mercados de adquisición y reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga española y la Copa de S.M. el Rey y de adquisición y reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga de Campeones y de la Copa de la UEFA en los que participen equipos españoles son de dimensión nacional, dado que la demanda de estos partidos por parte del espectador final es de carácter eminentemente nacional, y los adquirentes de estos derechos son operadores nacionales.

En lo que respecta a los mercados verticalmente afectados de televisión de pago y televisión en abierto, los antecedentes también han considerado un mercado geográfico nacional, dado que existen fronteras lingüísticas y culturales de carácter nacional, y la explotación comercial en estos mercados se hace sobre la base de mercados nacionales en los que rige una normativa y unas condiciones de competencia específicas.

VIII. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

VIII.1 Regulación, características y evolución

La adquisición y reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga española y la Copa de S.M. el Rey es una actividad que en principio no está sometida directamente a una regulación específica.

No obstante, el funcionamiento de este mercado está muy condicionado por las características propias del mismo. En particular, por el hecho de que en España, para poder retransmitir un partido de fútbol es necesario disponer de los derechos de retransmisión de los dos equipos que lo juegan⁴⁹. Por ello, en la Liga y la Copa de S.M. el Rey, para poder ofrecer todos o casi todos los partidos de estas competiciones, es necesario disponer de todos o casi todos los derechos de retransmisión de los equipos que participan⁵⁰.

⁴⁹ Ver artículo 280 Reglamento General RFEF, que establece que “La transmisión televisada de partidos, ya sea en directo o en diferido, total o parcial, precisará autorización de la RFEF, previa conformidad del club oponente; tratándose de en encuentros en que participen clubs adscritos a la LNFP se estará a lo dispuesto en el convenio suscrito entre ambos organismos”.

⁵⁰ La Copa de la UEFA hasta octavos de final tiene una regulación diferente, pues en este caso, para retransmitir un partido sólo es necesario contar con los derechos de retransmisión del club que juega en casa.



Esto supone que para explotar la competición en su totalidad, es preciso poner en común los derechos de retransmisión de los equipos participantes en algún punto de la cadena de comercialización de los mismos, mediante una u otra fórmula.

En otros países europeos⁵¹, la puesta en común de los derechos de retransmisión se hace por los clubes de fútbol, lo que lleva a la creación de un monopolio de oferta. Sin embargo, en España la puesta en común de los derechos no se hace en el nivel de la oferta (clubes de fútbol⁵²) sino en el de la demanda (adquirentes de derechos televisivos⁵³).

Estos acuerdos de puesta en común son susceptibles de entrar dentro del marco de aplicación del artículo 81 del Tratado de las Comunidades Europeas (TCE)⁵⁴, y pueden generar riesgos de cierre en los mercados televisivos aguas abajo.

La Comisión ha aceptado la puesta en común de los derechos de retransmisión en los distintos casos, dado que permite una explotación racional y eficiente de los mismos. Sin embargo, esto puede dar lugar a restricciones injustificadas a la competencia en mercados aguas abajo⁵⁵, especialmente vía cierre de mercados o restricciones del número de partidos. Por ello, la Comisión ha obligado, entre otras medidas, a reducir la duración de los contratos exclusivos de cesión de derechos⁵⁶, a establecer distintos paquetes equilibrados de derechos, a devolver a los clubes de fútbol los derechos no comercializados tras un periodo razonable de tiempo, a que el operador de televisión adquirente de derechos use los mismos, y en algunos casos⁵⁷, a que no haya un único comprador de todos los paquetes de derechos o a limitar la exclusividad de una parte de los derechos⁵⁸. Asimismo, la Comisión ha llegado a introducir⁵⁹ un gestor independiente del proceso de reventa de los derechos a operadores de televisión, a fin de asegurar que tenga un carácter equitativo, razonable y no discriminatorio.

El riesgo de cierre de los mercados de contenidos para televisión fue una de las razones por las que el Acuerdo del Consejo de Ministros de 29 de

⁵¹ Entre otros, destacan el caso UEFA (Caso COMP/C.37.398), el caso inglés (Caso COMP/38.453 - FAPL+Sky), el alemán (Caso COMP/37.214 - DFB) y francés (Ver Ley Lamour 2003).

⁵² No obstante, conviene tener en cuenta que algunos clubes de fútbol (el denominado G-30 que agrupa a los clubes de Segunda División y a algunos de Primera División) negocian conjuntamente sus contratos de cesión de derechos audiovisuales. Sin embargo, a diferencia de lo que ocurre en otros países (como Francia, Reino Unido o Alemania), esta negociación centralizada no incluye a todos los clubes de fútbol (se quedan fuera los más importantes) y es de carácter voluntario.

⁵³ En estos acuerdos AVS ha jugado un papel fundamental.

⁵⁴ De hecho, en el marco del artículo 81.3 TCE, se notificaron los ya citados casos comunitarios AVS I y AVS II.

⁵⁵ En particular, los mercados de televisión en abierto y televisión de pago.

⁵⁶ Normalmente a un máximo de tres años.

⁵⁷ Por ejemplo, el caso COMP/38.453 - FAPL+Sky.

⁵⁸ Un cierto número de partidos por jornada son emitidos por varios operadores, normalmente en pago por visión.

⁵⁹ Ver Caso COMP/38.453 - FAPL+Sky



noviembre de 2002 relativo al mercado de derechos de retransmisión de acontecimientos futbolísticos en la operación de concentración N-280 SOGECABLE / VÍA DIGITAL puso limitaciones a la capacidad de actuación de SOGECABLE, aunque sólo hasta el 29 de noviembre de 2007. Entre ellas, destacan las recogidas en las condiciones siguientes:

“Segunda: SOGECABLE no podrá ejercer los derechos de tanteo y retracto y las opciones de compra o de prórroga que posee o controla, tanto directamente como indirectamente, a través de Audiovisual Sport o de cualquier otra forma, en la negociación para la adquisición de los derechos de los clubes de fútbol para la retransmisión de partidos de la Liga española o la Copa de S.M. el Rey.

Tercera: La duración de los contratos por los que adquiera estos derechos no podrá exceder de tres años, incluyendo cualquier mecanismo de prórroga, opción o derecho de tanteo y retracto.

Cuarta: SOGECABLE no podrá ejercer o adquirir en régimen de exclusiva derechos para la retransmisión de partidos de la Liga española o la Copa de S.M. el Rey mediante telecomunicaciones móviles y sistemas de transmisión de datos.

Quinta: En el supuesto de que SOGECABLE controle o adquiera, de forma directa o indirecta, derechos en régimen de exclusiva para la retransmisión por televisión de la Liga española de fútbol, la Copa de S.M el Rey y los correspondientes resúmenes, deberá garantizar su cesión, comercialización o sublicencia en las modalidades de televisión en abierto y de pago por visión. En todo caso, se deberá garantizar el mantenimiento de unas modalidades de retransmisión equivalentes a las existentes con anterioridad a la operación de concentración.”

Asimismo, el Acuerdo del Consejo de Ministros de 29 de julio de 2005 por el que se modifica el contrato de concesión del canal analógico de televisión de SOGECABLE para permitir la emisión en abierto 24 horas al día establece, entre otras condiciones que:

“h) En relación con los partidos de fútbol de las competiciones de Liga y Copa de S. M. El Rey, desde la temporada 2006/2007 hasta la temporada 2008/2009 sobre los que disponga de derechos en exclusiva, ya sea directa o indirectamente (es decir, a través de la sociedad concesionaria o a través de cualquier otra sobre la que ejerza el control), SOGECABLE no podrá emitir estos derechos en abierto. A estos efectos, se entenderá por control los supuestos a los que se refiere el artículo 42 del Código de Comercio y el artículo 4 de la Ley del Mercado de Valores.

Sólo si transcurridos tres meses, a contar desde que los contenidos se encuentren disponibles para la compra de la mencionada ventana de difusión, ningún otro operador adquiriera los derechos, podrá la concesionaria acceder a estos derechos para su difusión en la primera ventana en abierto.”

Por otra parte, la Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos, establece en su artículo 5.1 que las competiciones de Liga o Copa de fútbol, se considerará de interés general un encuentro por cada jornada, que deberá ser retransmitido en directo, en abierto, y para todo el territorio del Estado, siempre que haya algún operador o programador interesado en hacerlo.

Además, como señala la CMT, la Resolución de 21 de junio de 2006, de la Presidencia del Consejo de Emisiones y Retransmisiones Deportivas acordó que serían consideradas con carácter de interés general para la temporada 2006/2007 las emisiones de la final de la Copa de S.M. el Rey, un partido de la Liga de Campeones de cada jornada, a partir de octavos de final, con



participación de equipos españoles⁶⁰, y la final de la copa de la UEFA si participa algún equipo español.

En lo que respecta a la adquisición y reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga de Campeones y de la Copa de la UEFA, conviene tener en cuenta que en el marco de la aplicación del artículo 81.3 TCE, la Comisión Europea ha autorizado un sistema de venta conjunta de derechos comerciales de la Liga de Campeones por parte de la UEFA⁶¹. Entre las condiciones de este sistema, destacan que para cada jornada (excluyendo rondas previas) la UEFA comercializa centralizadamente, en contratos por un máximo de tres temporadas, dos paquetes de derechos, en directo, para televisión en abierto o de pago, que dan derecho a retransmitir dos partidos por jornada⁶².

La CMT señala, por último, que es de particular importancia determinar qué pasará a partir del 29 de noviembre de 2007 cuando SOGECABLE deje de estar obligado al cumplimiento de las condiciones del ACM FÚTBOL, una vez que, tras la operación notificada, dispondrá del control exclusivo de los derechos de que disponía AVS antes del Acuerdo de julio de 2006 y de los que, a partir de dicho Acuerdo, aporta MEDIAPRO.

VIII.2 Estructura de la oferta y de la demanda

VIII.2.1 Mercados de adquisición y reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga española y la Copa de S.M. el Rey

a) Adquisición

Según la notificante, AVS es en la actualidad titular de los derechos televisivos y audiovisuales correspondientes a la Liga y la Copa de S.M. el Rey de los siguientes equipos de Primera División:

CLUB DE FÚTBOL	TEMPORADAS
Real Madrid Club de Fútbol	[...] ⁶³
Real Club Deportivo de La Coruña S.A.D.	[...]
Real Sociedad S.A.D.	[...]
Atlético de Madrid S.A.D	[...]
Fútbol Club Barcelona ⁶⁴	[...]

⁶⁰ Si la participación española quedara reducida a un único equipo, la obligatoriedad se entenderá por eliminatoria. La final se debe retransmitir en abierto en todo caso.

⁶¹ Ver decisión Comisión Europea de 23 de julio de 2003 (Caso COMP/C.37.398)

⁶² No obstante, según la notificante, en el caso de España, la UEFA, a través de TEAM, ha vendido todos los partidos de la Liga de Campeones a SOGECABLE, que los explota a través de Digital +, salvo uno por jornada, emitido los martes, que retransmite Antena 3 TV.

⁶³ Esta última mediante un derecho de opción.

⁶⁴ El titular de los derechos del F.C. Barcelona y del Espanyol es TVC, que los ha cedido a AVS.



Real Betis Balompié, S.A.D.	[...]
Real Club Recreativo de Huelva, S.A.D.	[...]
Getafe C.F., S.A.D.	[...]
Club Atlético Osasuna, Asociación Deportiva	[...]
Real Club Celta de Vigo, S.A.D.	[...]
R.C.D. Mallorca, S.A.D.	[...]
Club Gimnastic de Tarragona, S.A.D.	[...]
R.C.D. Espanyol de Barcelona, S.A.D. ⁶³	[...]

Fuente: Notificación

Asimismo, AVS es titular de los derechos televisivos y audiovisuales correspondientes a la Liga y la Copa de S.M. el Rey de todos los equipos de Segunda División para la temporada 2006/2007⁶⁵.

Por otra parte, MEDIAPRO ha adquirido a lo largo de 2006 la titularidad de los derechos televisivos y audiovisuales correspondientes a la Liga y la Copa de S.M. el Rey del F.C. Barcelona, Real Madrid C.F., Real Sociedad S.A.D., Real Zaragoza, S.A.D., Real Racing Club de Santander S.A.D. y Athletic Club⁶⁶. Sin embargo, en el marco del contrato de 24 de julio de 2006 que ha dado lugar a la presente operación de concentración, MEDIAPRO ha cedido la titularidad de estos derechos a AVS, a cambio de que AVS asuma las obligaciones económicas pactadas por MEDIAPRO con los clubes.

Por otra parte, la Televisión Autonómica Valenciana (CANAL NOU) era titular desde la temporada 2003/2004 hasta la temporada 2008/2009 de los derechos televisivos y audiovisuales correspondientes a la Liga y la Copa de S.M. el Rey del Valencia Club de Fútbol S.A.D., Villarreal C.F., S.A.D. y Levante Unio Deportiva, S.A.D.⁶⁷, todos ellos de Primera División. No obstante, mediante un contrato [...], CANAL NOU ha cedido la titularidad de estos derechos a MEDIAPRO⁶⁸. Sin embargo, dado que, según la notificante, AVS se ha hecho cargo de los pagos a los clubes, y puesto que AVS está explotando de facto los derechos de estos tres equipos en la temporada 2006/2007, MEDIAPRO ha llegado a un acuerdo tácito con AVS para cederle los anteriores derechos.

Por último, Santa Mónica Advances, S.L. adquirió en septiembre de 2006 la titularidad de los derechos televisivos y audiovisuales correspondientes a la Liga y la Copa de S.M. el Rey del Sevilla F.C., S.A.D. por las temporadas 2006/2007 a [...]. No obstante, en noviembre de 2006 Sevilla C.F. ha cedido estos derechos a MEDIAPRO para las temporadas 2006/2007 a [...], contando MEDIAPRO con el visto bueno de AVS. Dado que, según la notificante, AVS se

⁶⁵ Adicionalmente, es titular de los derechos de estos equipos de cara a las [...] siguientes temporadas. No obstante, no todos ellos permanecerán en Primera o Segunda División en siguientes temporadas.

⁶⁶ En el caso del F.C. Barcelona, Real Sociedad, para las temporadas [...]. En el caso del Real Madrid, para las temporadas [...]. En el resto de los equipos, para las temporadas [...]. En anteriores temporadas el titular era AVS. [...]

⁶⁷ En este caso, sólo desde la temporada 2006/2007. En anteriores temporadas el titular era AVS.

⁶⁸ De la temporada 2006/2007 a la [...]. [...].



ha hecho cargo de los pagos al Sevilla, y puesto que AVS está explotando de facto los derechos de este equipo en la actualidad, cabe concluir que MEDIAPRO ha llegado a un acuerdo con AVS para cederle los anteriores derechos.

En definitiva, para la temporada 2006/2007, AVS dispone, tácita o expresamente, de la titularidad de los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey del 100% de los equipos de Primera y Segunda División. En particular, AVS dispone en la presente temporada de los derechos de los 20 clubes de Primera División de los que 7 (un 35%) han sido cedidos por MEDIAPRO en el marco del Acuerdo de julio de 2006.

b) Reventa

En lo que respecta a la reventa de derechos a operadores de televisión, AVS es la sociedad que canaliza todas las transacciones, al ser el vehículo a través del cuál se ponen en común los derechos audiovisuales de todos los equipos de Primera y Segunda División para Liga y Copa de S.M. el Rey.

Estas transacciones de reventa de derechos están muy vinculadas a la presencia directa o indirecta del operador de televisión en la actividad de adquisición de derechos a clubes.

Así, en las temporadas 2006/2007 a [...], emitirán partidos de Liga de Primera División⁶⁹:

- En TV en abierto, AVS ha cedido, en exclusiva, los derechos sobre un partido por jornada a MEDIAPRO, en el marco del Acuerdo de julio de 2006. MEDIAPRO, a su vez, ha cedido este partido a La Sexta⁷⁰ a nivel nacional, a TVC⁷¹ en Cataluña, y a CANAL NOU⁷² en la Comunidad Valenciana. En temporadas anteriores, la FORTA⁷³ y La 2 (en zonas sin televisión autonómica) emitían un partido por jornada.
- En televisión de pago, AVS ha cedido, en exclusiva, los derechos sobre un partido por jornada a SOGECABLE, que lo emite a través de Canal +, canal que se emite en exclusiva en la plataforma de televisión de pago de SOGECABLE, Digital +. En temporadas anteriores, Canal + también emitía un partido por jornada⁷⁴.
- En servicios de pago por visión, AVS produce la señal de ocho partidos por jornada, y la cede a los operadores de televisión de pago: SOGECABLE (Digital +), Telefónica (Imagenio) y operadores de cable (agrupados en

⁶⁹ La Liga en Primera División tiene 38 jornadas.

⁷⁰ En contrato de [...], por el que MEDIAPRO, entre otros aspectos, cede un partido de Liga por jornada para su emisión en abierto, durante las temporadas 2006/2007 a [...].

⁷¹ En contrato de [...], por el que MEDIAPRO, entre otros aspectos, cede un partido de Liga por jornada ([...]) para su emisión en abierto, durante las temporadas 2006/2007 a [...]. [...]

⁷² En contrato de [...], por el que MEDIAPRO, entre otros aspectos, cede un partido de Liga por jornada ([...]) para su emisión en abierto, durante las temporadas 2006/2007 a [...]. [...]

⁷³ Agrupa a todas las televisiones autonómicas.

⁷⁴ El contrato entre SOGECABLE y AVS por el que se cede este partido se firmó [...], y estaba vigente para las temporadas [...].



ONO y AOC)⁷⁵. En temporadas anteriores, estos operadores también emitían ocho partidos por jornada.

El sistema de elección de los partidos de cada jornada de Primera División sigue el siguiente esquema:

- [...] ⁷⁶, [...].
- [...].
- [...] ⁷⁷, [...].

Respecto a los partidos de Segunda División, en principio se emiten seis partidos por jornada. Uno es emitido por Canal + (televisión de pago)⁷⁸ que elige en [...] lugar el partido que desea emitir cada jornada, y otro es emitido por Localia⁷⁹, que elige su partido en [...] lugar. Por otra parte, se emiten, en su caso, los cuatro partidos cedidos por AVS a MEDIAPRO⁸⁰, que se eligen en [...] elección. No obstante, de acuerdo con el contrato firmado entre MEDIAPRO y la FORTA el [...], MEDIAPRO cede hasta [...] partidos por jornada, entre las temporadas 2006/2007 y [...], [...].

Respecto a los partidos de la Copa del Rey, la notificante indica que en la temporada 2005/2006, las televisiones autonómicas emitieron 7 partidos en abierto, Cuatro emitió 2 en abierto y Telecinco emitió uno (la final⁸¹). El resto (28) fue emitido en PPV por todos los operadores que prestan estos servicios.

Para la temporada 2006/2007, la notificante indica que AVS ha adquirido todos los derechos de la Copa de S.M. el Rey (en algunos casos con limitaciones) para dicha temporada (excepto la final). Asimismo, indica que no puede prever como se van explotar, aunque por defecto los comercializará en pago por visión, salvo que exista una oferta interesante para AVS de un tercero. Hasta la ronda de dieciseisavos de final, se han emitido en abierto 20 partidos por operadores autonómicos o locales puntuales, aunque dos de los partidos se emitieron en concurrencia con los operadores de televisión de pago que los emitieron en pago por visión.

⁷⁵ Los contratos con SOGECABLE y Telefónica están vigentes hasta la temporada [...], mientras que los contratos con los operadores de cable de ONO y AOC sólo están vigentes hasta la temporada [...].

⁷⁶ [...]

⁷⁷ Tras la ejecución de la operación de concentración notificada, SOGECABLE y AVS serían lo mismo a la hora de realizar las elecciones, lo que podría servir para favorecer a SOGECABLE al realizar las elecciones para la televisión de pago. No obstante, la configuración del sistema de elección, en particular, las reglas de elección y el hecho de que MEDIAPRO elija las jornadas en las que elige en primer lugar implica que la asignación de los partidos más interesantes de la temporada apenas se vea afectada por la operación notificada.

⁷⁸ En virtud del contrato de [...] entre AVS y SOGECABLE.

⁷⁹ En virtud de contrato de [...] entre AVS y Pretesa, modificado el [...], que tiene vigencia hasta la temporada [...].

⁸⁰ En virtud del contrato de 24 de julio de 2006.

⁸¹ Telecinco ha adquirido a la Federación Española de Fútbol, a través de Santa Mónica Sports, los derechos sobre la final entre las temporadas 2005/2006 y 2007/2008.



En la tabla que se encuentra al final del apartado siguiente, se recogen el número de partidos de fútbol y las cuotas de los principales operadores de televisión en la pasada temporada 2005/2006. En la temporada 2006/2007, la posición de las televisiones autonómicas en Liga 1ª División será asumida por La Sexta, TVC y CANAL NOU.

VIII.2.2 Mercado de adquisición y reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol de la Liga de Campeones y de la Copa de la UEFA en los que participen equipos españoles

En relación con la Liga de Campeones, para las temporadas 2006/2007 a 2008/2009, Antena 3 TV ha adquirido derechos para retransmitir un partido por jornada⁸² (en abierto), mientras que el resto de los derechos corresponden a SOGECABLE, que los explota en televisión de pago.

Por otra parte, en relación con la Copa de la UEFA, los derechos televisivos desde cuartos de final han sido adquiridos por Antena 3 TV para las temporadas 2006/2007 a 2008/2009, mientras que hasta octavos de final, los derechos televisivos corresponden a SOGECABLE (Osasuna), TVC (Espanyol), Antena 3 TV (Sevilla) y Televisión de Galicia (Celta de Vigo).

Asimismo, SOGECABLE es titular de los derechos internacionales de Liga de Campeones y Copa de la UEFA del F.C. Barcelona (hasta [...]) y el Real Betis (hasta [...])⁸³. No obstante, conviene recordar que la adquisición de los derechos televisivos de la Copa de la UEFA hasta octavos de final a los clubes de fútbol españoles según la notificante sólo da derecho a retransmitir los partidos en casa. Para retransmitir los partidos fuera de casa, el operador de televisión debe llegar a un acuerdo con el titular de los derechos del otro equipo⁸⁴. Por ello, La Sexta ha retransmitido los partidos fuera de casa de algunos equipos españoles.

⁸² En concreto, un partido los martes.

⁸³ En el caso de que la explotación de los derechos corresponda a la UEFA (caso Liga Campeones en fase regular y Copa de la UEFA desde cuartos de final), los pagos que reciba el club de la UEFA se transfieren a SOGECABLE.

⁸⁴ Esto explica por qué el partido de la Copa de la UEFA del 2 de noviembre de 2006 Lens-Osasuna fue retransmitido por La Sexta (que había llegado a un acuerdo con el titular de los derechos del Lens) y no por Cuatro (SOGECABLE).



En la tabla siguiente se recoge el número de partidos y las cuotas de los principales operadores de televisión en la temporada 2005/2006. En la temporada 2006/2007, la posición de TVE en Champions será asumida por Antena 3.



CUOTAS DE LOS OPERADORES DE TELEVISIÓN EN LA RETRANSMISIÓN DE PARTIDOS DE FÚTBOL DE LIGA, COPA, CHAMPIONS Y UEFA EN LA TEMPORADA 2005/2006

	Nº PARTIDOS TELEVISADOS	Nº RETRANSMISIONES	SGC ¹	TVAA	TVE	ONO/AUNA	AOC ²	IMAGENIO	LOCALIA	LA SEXTA	ANTENA 3	CUATRO	TELE5
LIGA 1ª	380	1.596	342	38		304	304	304					
LIGA 2ª	88	88	42	4					42				
COPA	38	150	28	7		28	28	28				2	1
LIGA Y COPA	506	1.834	412	49	0	332	332	332	42	0	0	2	1
LIGA Y COPA (% s/ partidos televisados)	100%		81%	10%	0%	66%	66%	66%	8%	0%	0%	0%	0%
LIGA Y COPA (% s/ retransmisiones de partidos)		100%	22%	3%	0%	18%	18%	18%	2%	0%	0%	0%	0%
CHAMPIONS	43	43	21	2	20								
UEFA	9	9		8	1								
CHAMPIONS+UEFA	52	52	21	10	21	0	0	0	0	0	0	0	0
CHAMPIONS+UEFA (% SOBRE PARTIDOS)	100%	100%	40%	19%	40%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL PARTIDOS	558	1.886	433	59	21	332	332	332	332	42	0	0	2
TOTAL RETRANSMISIONES	1.886												
TOTAL (% s/partidos)	100%		77,6%	10,6%	3,8%	59,5%	59,5%	59,5%	59,5%	7,5%	0,0%	0,0%	0,4%
TOTAL (% s/retransmisiones)		100%	23,0%	3,1%	1,1%	17,6%	17,6%	17,6%	17,6%	2,2%	0,0%	0,0%	0,1%

¹ De los partidos emitidos por SOGECABLE de Liga 1ª, 304 se corresponden a PPV y 38 a televisión de pago a través de Canal +.

² Incluye Telecable de Asturias, R Cable y Telecomunicaciones de Galicia y Euskaltel

Fuente: Elaboración propia a partir de notificación.



VIII.2.3 Mercados verticalmente relacionados

A) Mercado de televisión de pago

En el mercado de televisión de pago, SOGECABLE es titular de una autorización administrativa que le habilita para la prestación de servicios de difusión de TV por satélite (DIGITAL+).

Este mercado se caracteriza por haber experimentado una reducción del número de abonados en 2004, que ha afectado especialmente a SOGECABLE. No obstante, dada la relativamente reducida tasa de penetración de la televisión de pago⁸⁵, la CMT considera que se trata de un mercado con un potencial de crecimiento muy elevado.

ABONADOS MERCADO DE LA TV DE PAGO						
Operador	2003		2004		2005	
	Abonados	Cuota (%)	Abonados	Cuota (%)	Abonados	Cuota (%)
SOGECABLE*	2.500.736	71,5%	2.093.817	65,1%	1.960.030	57,9%
ONO/AUNA	635.510	18,2%	802.217	24,9%	871.817	25,8%
AOC**	231.925	6,6%	177.484	5,5%	201.885	6,0%
Imagenio	3.011	0,1%	8.388	0,3%	206.572	6,1%
Otros	126.240	3,6%	135.960	4,2%	144.826	4,3%
100%	3.497.422	100%	3.217.866	100%	3.385.130	100%

*Incluye Canal +, CSD y Vía Digital.

** Incluye Telecable de Asturias, R Cable y Telecomunicaciones de Galicia y Euskaltel

Fuente: Notificación

En el año 2006 (septiembre), la notificante estima que SOGECABLE tiene el 58,4%, ONO el 26,4% e Imagenio el 9,2% de un total de 3.424.780 abonados a televisión de pago.

INGRESOS MERCADO DE LA TV DE PAGO						
Operador	2003		2004		2005	
	Ingresos (M. €)	Cuota (%)	Ingresos (M. €)	Cuota (%)	Ingresos (M. €)	Cuota (%)
SOGECABLE*	1.613,8	87,9%	1.418,0	83,8%	1.519,0	81,9%
ONO/AUNA	168,2	9,2%	200,2	11,8%	233,9	12,6%
AOC**	28,8	1,6%	38,8	2,3%	48,9	2,6%
Imagenio	0	0,0%	0	0,0%	17,6	0,9%
Otros	24,9	1,4%	35,9	2,1%	35,2	1,9%
100%	1.835,7	100%	1.692,9	100%	1.854,6	100%

*Incluye Canal +, CSD y Vía Digital.

** Incluye Telecable de Asturias, R Cable y Telecomunicaciones de Galicia y Euskaltel

Fuente: Elaboración propia a partir Informes anuales CMT 2004 y 2005

⁸⁵ De 21,7% sobre más de 15 millones de hogares (Fuente: CMT).



Como se aprecia a partir de los anteriores cuadros, la cuota de mercado de SOGECABLE es mucho más elevada si se contabiliza en términos de ingresos (81,9% en 2005) que si se hace en términos de abonados.

Uno de los factores que pueden explicar esta diferencia es que la política comercial de SOGECABLE es diferente a la de sus competidores. Los segundos buscan captar consumidores, con productos ligados como el *triple* o *quadruple play*, mientras que SOGECABLE prima los contenidos en exclusiva, que le permiten cobrar precios superiores. De hecho, según la CMT, los ingresos medios por abonado en 2005 de SOGECABLE (774,9 euros) son muy superiores a los de los operadores de cable (271,6 euros) o los de Telefónica (85,1 euros).

En la actualidad, también ofrece televisión de pago Imagenio (Telefónica), mediante la tecnología ADSL a través de la red del par de cobre telefónico con posibilidad de empaquetamiento de servicios de telefonía y acceso a Internet.

Conviene destacar que a diferencia del cable, Telefónica tiene una red que llega a la casi totalidad de los hogares puesto que utiliza la infraestructura del par de cobre con un coste de adaptación para la difusión de televisión menor que el despliegue de red de cable.

Otros operadores de telefonía que utilizan tecnología ADSL y ofrecen telefonía e Internet han empezado a comercializar en 2006 servicios de vídeo a la carta y paquetes básicos de canales temáticos⁸⁶. Entre otros, destacan Jazztel, Ya.com y Orange.

Por otra parte, es preciso indicar que el principal operador de cable, ONO, que también ofrece telefonía e Internet, ha adquirido recientemente el control exclusivo de su más inmediato competidor, AUNA, consolidando su condición de segundo operador nacional de TV de pago⁸⁷. Este mayor tamaño se traducirá previsiblemente en un incremento de su poder de negociación en los mercados verticalmente relacionados de contenidos.

En lo que respecta al segmento de servicios de pago por visión de partidos de fútbol, AVS presta servicios de entrega de señal de partidos de fútbol de Liga y Copa de S.M. el Rey para su explotación en pago por visión a distintos operadores de televisión de pago. Todos ellos han firmado un contrato con AVS (como usufructuario de los derechos en pago por visión), y otro con Canal Satélite Digital, S.L. (100% propiedad de SOGECABLE), como titular de la nuda propiedad de los derechos en pago por visión.

⁸⁶ Principalmente a través de ofertas *triple play*.

⁸⁷ Ver expediente N-05079 ONO/AUNA del SDC.



SERVICIOS DE PAGO POR VISIÓN DE PARTIDOS DE FÚTBOL				
Operador	2005/2006		2006/2007 (jornadas 1-6)	
	Pinchazos	Cuota (%)	Pinchazos	Cuota (%)
SOGECABLE*	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%
ONO	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Imagenio	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
AOC**	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
TOTAL	[...]	100%	[...]	100%

*Incluye Digital +.

** Incluye Telecable de Asturias, R Cable y Telecomunicaciones de Galicia y Euskaltel

Fuente: Notificación

Las cuotas en número de pinchazos de SOGECABLE, por encima del 80%, son significativamente superiores a las que tiene en abonados en televisión de pago, aunque similares a las cuotas en términos de ingresos.

B) Mercado de televisión en abierto

En el mercado de televisión en abierto, SOGECABLE es titular de una concesión administrativa para la gestión indirecta del servicio público de TV (Cuatro⁸⁸) concedida al amparo de lo previsto en la Ley de Televisión Privada⁸⁹. Asimismo, PRISA participa en este mercado a través de PRETESA que emite bajo la marca Localia con una red de televisiones locales propias y asociadas a través de un acuerdo de suministro de programación y servicios.

Adicionalmente, en el marco del Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre (TDT)⁹⁰, que establece el reparto de programas y canales entre los operadores y adelanta el apagón analógico al 3 de abril de 2010, SOGECABLE es adjudicatario de 3 canales a nivel nacional, de un total de 20.

Por su parte, conviene tener presente que MEDIAPRO controla conjuntamente con Televisa la sociedad Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta, S.A., sociedad que ha sido concesionaria de un canal analógico adicional en abierto⁹¹ (La Sexta), que ha empezado a operar en el año 2006. Asimismo, se le han adjudicado dos canales a nivel nacional en el marco de la televisión digital terrestre.

En términos de publicidad en TV, la estructura de la oferta en este mercado queda reflejada en el cuadro siguiente:

⁸⁸ Emite en exclusiva en abierto desde el 7 de noviembre de 2005, gracias a la autorización de cambio del título concesional recogida en el Acuerdo del Consejo de Ministros de 29 de julio de 2005.

⁸⁹ Ley 10/1988, de 3 de mayo.

⁹⁰ Real Decreto 944/2005, de 29 de julio.

⁹¹ Acuerdo del Consejo de Ministros de 25 de noviembre de 2005. La Sexta comenzó a emitir de manera regular el 27 marzo de 2006.



INGRESOS PUBLICIDAD MERCADO DE LA TV EN ABIERTO						
Operador	2003		2004		2005	
	Ingresos publicidad (M. €)	Cuota (%)	Ingresos publicidad (M. €)	Cuota (%)	Ingresos publicidad (M. €)	Cuota (%)
Localia TV	8,4	0,4	16,2	0,6	n.d.	n.d.
Cuatro*	30,9	1,3	37,2	1,4	n.d.	n.d.
RTVE	692,9	29,9	732,1	27,3	709,1	27,0
Telecinco	644,8	27,8	778,2	29,1	745,4	28,4
Antena 3 TV	557,4	24,1	700,7	26,2	800,0	30,5
Otros	375,7	16,2	402,2	15,0	n.d.	n.d.
TOTAL	2317,1	100	2677,2	100	2.618,4	100

*Canal + hasta noviembre de 2005.

Fuente: Notificación y expediente N-05098 PRISA/SOGECABLE

En el año 2006 (hasta septiembre), según la notificante, las cuotas de ingresos de publicidad eran: Telecinco, 31,2%; Antena 3 TV, 28,6%; RTVE 22,8%; y Cuatro, 5,5%.

En términos de audiencia, las cuotas son:

CUOTA AUDIENCIA MERCADO DE LA TV EN ABIERTO			
Operador	2003	2004	2005
Cuatro*	2,4%	2,1%	2,0%
RTVE	30,6%	28,2%	25,4%
Telecinco	21,4%	22,1%	22,1%
Antena 3 TV	19,5%	20,8%	21,1%
Otros	26,1%	26,8%	29,4%
TOTAL	100%	100%	100%

*Canal + hasta noviembre de 2005.

Fuente: Notificación

En el año 2006 (septiembre), según la notificante, las cuota de audiencia eran: Telecinco, 21,3%; Antena 3 TV, 19,8%; RTVE 23,1%; y Cuatro, 6,1%, siendo la cuota de La Sexta inferior al 3%.

VIII.3 Fijación de precios

A) Mercados de adquisición y reventa de derechos de retransmisión de partidos de fútbol

En el mercado de adquisición de derechos, cuando la venta es descentralizada, el poder negociador de los clubes de fútbol depende ante todo de la proyección nacional que tenga el club (el poder negociador del Real Madrid y el Barcelona es, por ejemplo, superior al de un club recién ascendido a Primera División). En todo caso, se aprecia un importante crecimiento de los pagos a los clubes en cada renovación de los contratos.

No obstante, AVS, como adquirente directo o indirecto de los derechos televisivos de la mayoría de los clubes de la Liga española de fútbol, tiene un poder negociador significativo para disciplinar a los clubes que intentan



negociar subidas de los precios de venta de los derechos, que está ligado a la existencia o no de otros demandantes en este mercado⁹².

Por los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey de fútbol de los 20 equipos de Primera División, AVS pagará en la temporada 2006/2007 un total de [...] millones de euros. En lo que respecta a los equipos de Segunda División⁹³, pagará un total de [...] millones de euros.

En el mercado de reventa de derechos televisivos, el poder negociador del monopolista de los derechos (caso de AVS) es elevado. Sin embargo, en general, en la reventa de derechos televisivos los precios son muy dispares y no hay unas reglas fijas para establecerlos. El precio depende del número de horas de programación contratada, de si su uso es en *prime time* o no, de si la retransmisión es en directo o en diferido, así como del atractivo que el evento tenga para el público. En todo caso, las condiciones comerciales difieren para TV en abierto, TV de pago y pago por visión.

Por los derechos a comercializar en abierto [...] de Liga de fútbol de Primera División y [...] partidos de Liga de Segunda División por jornada en España y Andorra⁹⁴, MEDIAPRO pagará en la temporada 2006/2007 a AVS [...] millones de euros.

Por los derechos en televisión de pago de un partido por jornada de Liga de fútbol de Primera División, SOGECABLE pagará en la temporada 2006/2007 [...] millones de euros. Asimismo, por la comercialización del producto en locales públicos (partidos en televisión de pago y pago por visión), SOGECABLE espera pagar [...] millones de euros.

Por otra parte, en el caso de la adquisición de derechos para la retransmisión de partidos en pago por visión de la Liga de fútbol y la Copa de S.M. el Rey, en los contratos vigentes, los operadores de televisión de pago han debido [...] y pagos por pinchazos a AVS⁹⁵ ([...]).

B) Mercado de televisión de pago

El precio de la televisión de pago viene expresado por la cuota de abonado que deben satisfacer los usuarios que deciden recibir este servicio. En el caso de SOGECABLE, los precios comprenden: una cuota de inscripción, una cuota de instalación y antena, una cuota mensual en concepto de alquiler del decodificador, una cuota mensual que se establece en función de los distintos paquetes seleccionados por el abonado y, en su caso, una cantidad fija en concepto de pago por visión que difiere para cine y para fútbol.

⁹² Este es el caso del Sevilla F.C., que vendió sus derechos a Santa Mónica Advances, S.L., tras fracasar sus negociaciones con SOGECABLE ([...]). Por falta de acuerdo, no se emitieron por televisión los partidos del Sevilla durante las primeras jornadas de la Liga de la temporada 2006/2007, hasta que finalmente llegaron a un acuerdo en el que el Sevilla cedió sus derechos a MEDIAPRO, y ésta se los cedió tácitamente a AVS.

⁹³ Excluyendo al R.M. Castilla, cuyos derechos se incluyen en el contrato del Real Madrid.

⁹⁴ También se incluye la comercialización de los resúmenes de la jornada [...].

⁹⁵ [...] euros por pinchazo en la temporada 2006/2007.



Este sistema de precios es similar al establecido por los operadores de cable y de servicios de banda ancha (ADSL) que incluye una cuota de alta, una cuota mensual en función del paquete seleccionado y, en su caso, una cantidad fija en concepto de pago por visión que difiere para cine y para fútbol. Dada la capacidad de empaquetamiento de servicios⁹⁶ de que disponen los operadores de cable y de ADSL, es frecuente que los precios de un servicio se vean modificados en función del número de servicios solicitados.

En relación con los servicios de pago por visión, conviene tener en cuenta, como señala la CMT, que los operadores utilizan estos servicios como herramienta de captación de nuevos abonados, mediante la entrega gratuita de partidos o películas en pago por visión.

VIII.4 Competencia potencial - Barreras a la entrada

Como señala el TDC en su informe sobre la operación de concentración SOGECABLE / VÍA DIGITAL, el análisis de las barreras a la entrada requiere considerar la dinámica competitiva de los mercados afectados. En este sentido, caben las siguientes consideraciones:

- La explotación de los derechos audiovisuales de fútbol en España requiere, a la luz del artículo 280 del Reglamento General de la RFEF, la disponibilidad de los derechos correspondientes a los dos clubes contendientes en un partido, contrariamente a lo que sucede en algunos Estados miembros de la Unión Europea (por ejemplo, la Liga en Holanda y la Copa de la UEFA hasta octavos de final).

Esto supone que para maximizar el número de encuentros que se pueden emitir, y, por tanto, la renta de la explotación de la competición, se debe proceder a una puesta en común de los derechos de todos los clubes. Es decir, el rendimiento de los derechos de un solo club es nulo si no se ponen conjuntamente con los de otros clubes. De igual forma, el rendimiento de la puesta en común de todos los clubes es superior a la suma de rendimientos de poner en común los clubes en dos o más bloques independientemente.

En consecuencia, parece razonable considerar que los tenedores de los derechos tienen un incentivo a la puesta en común de los mismos, independientemente de la fórmula empleada, si bien tal incentivo puede estar condicionado por la simetría en la distribución del número de derechos entre los distintos tenedores y su importancia, así como por la naturaleza de dichos tenedores.

- De acuerdo con los precedentes nacionales y comunitarios anteriormente citados, el operador que disponga de los derechos de la totalidad de los clubes de fútbol puede tener el incentivo a explotarlos en régimen de exclusividad, ya que aumenta el valor de los ingresos obtenidos dicha explotación, en particular, en la televisión en abierto. De esta forma, parte de los remedios adoptados en tales precedentes se dirige a evitar los posibles daños a la competencia que tal exclusividad pueda generar.

⁹⁶ En particular, el denominado *triple play*: teléfono fijo, ADSL y televisión de pago; o *quadruple play*, que también incluye telefonía móvil.



En particular, en el caso de España, el ACM de 29 de noviembre de 2002 relativo a los mercados de derechos televisivos de fútbol ha condicionado la dinámica competitiva de los mercados considerados en la presente operación. Por una parte, SOGECABLE señala que su capacidad de competir con MEDIAPRO en la adquisición de derechos audiovisuales de clubes de fútbol se ha visto limitada por las condiciones segunda y tercera del citado ACM fútbol. Por otra parte, SOGECABLE se ha visto obligada a ceder, comercializar o sublicenciar los derechos de los que ha dispuesto en exclusividad en régimen de televisión en abierto y pago por visión. Tales obligaciones sólo vinculan a SOGECABLE hasta el 29 de noviembre de 2007. Por ello, a los efectos de la valoración de las barreras a la entrada es preciso considerar la situación una vez expirada la vigencia de las condiciones referidas.

Estas consideraciones facilitan el análisis de las barreras a la entrada en los mercados considerados.

Por una parte, el acceso a los mercados de adquisición y reventa de derechos está condicionado por la posición de los incumbentes. En efecto, todo operador que desee adquirir derechos audiovisuales de clubes de fútbol debe formular a los clubes ofertas competitivas en plazo⁹⁷ y condiciones económicas. En este sentido, la compra de derechos de un número reducido de clubes por un nuevo entrante en el mercado de adquisición de derechos entraña el riesgo de que tales derechos no puedan ser puestos en común con los de los clubes que pertenecen a los incumbentes. Tal situación, supone la asunción de un riesgo mayor que el de los incumbentes que dispongan de derechos de un mayor número de clubes. En todo caso, esta circunstancia no ha impedido irrupción de MEDIAPRO, a partir de mayo de 2006.

Por otra parte, debe señalarse que la cesión de los derechos audiovisuales de diversos equipos por MEDIAPRO a AVS ha devuelto a la órbita de AVS estos clubes, dificultando el acceso de terceros operadores a estos mercados y consolidando la posición de SOGECABLE, AVS y MEDIAPRO.

Adicionalmente, el acceso a los mercados de adquisición y reventa está condicionado por la duración de los contratos actualmente vigentes. En la actualidad, todos los clubes de fútbol españoles de Primera y Segunda División están directa o indirectamente ligados a AVS, por lo menos hasta la temporada [...].

Además, la existencia de contratos entre AVS y terceros operadores (en particular Telefónica), previos a la operación notificada, puede limitar la presión de la competencia potencial en el mercado de adquisición y reventa de derechos hasta el vencimiento de tales contratos.

⁹⁷ Como se ha señalado, SOGECABLE, pero no MEDIAPRO, ve temporalmente limitada su capacidad para efectuar ofertas por más de tres temporadas.



Por otro lado, como se ha señalado, la operación notificada, supone de facto la adquisición del negocio de explotación del fútbol en pago y PPV por parte de SOGECABLE.

En el mercado de la televisión de pago la principal barrera a la entrada es de tipo económico, derivada tanto del elevado gasto en inversión inherente a la constitución de una plataforma técnica de televisión como, sobre todo, de la obtención de un paquete de contenidos que permita diferenciar el producto con relación a las televisión en abierto y otros operadores de televisión de pago.

En este caso, la posibilidad de diferenciarse con contenidos futbolísticos, especialmente si son exclusivos, proporciona una ventaja competitiva significativa. Como ya se ha mencionado anteriormente, los contenidos Premium (entre los que destaca el fútbol en sus diferentes modalidades) juegan un papel determinante a la hora de competir en el mercado de televisión de pago, dado que son un reclamo importante para captar abonados, especialmente cuando se pueden ofertar en exclusiva.

Así, las condiciones relativas a la explotación de derechos a las que se supeditó la operación SOGECABLE / VÍA DIGITAL se justificaron, por que en ausencia de las mismas, existía un riesgo de cierre del acceso a los contenidos Premium de fútbol a competidores en el mercado de televisión de pago con la consiguiente desventaja para dichos competidores. En este sentido, como se ha señalado al analizar la estructura de la oferta de la televisión de pago, si bien los competidores de SOGECABLE han ganado presencia en el mercado, especialmente en número de abonados, SOGECABLE sigue siendo el operador preeminente.

Además, cabe señalar que como consecuencia de la operación notificada SOGECABLE verá reforzada su integración vertical entre las actividades de adquisición y reventa de derechos, y de televisión de pago, en la medida en que pasa a controlar AVS en exclusiva y, además, dispone de derechos sobre un número de clubes superior a los que disponía antes del Acuerdo de julio de 2006. En consecuencia, el riesgo de cierre como consecuencia de la operación notificada se ve reforzado, en particular, una vez que venzan las condiciones impuestas en 2002 y los contratos con los competidores.



IX. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de SOGECABLE del control exclusivo sobre AVS, sociedad sobre la que previamente tenía el control conjunto junto con TVC.

Esta operación se instrumenta a través de un contrato de 24 de julio de 2006, que prevé la salida de TVC y la entrada de MEDIAPRO en el accionariado de AVS, y la modificación de los estatutos sociales de AVS, además de otras disposiciones relativas a la puesta en común de los derechos y a la asignación de los negocios de explotación de los derechos de fútbol en abierto (a MEDIAPRO) y de pago y pago por visión (a SOGECABLE/AVS)

Si bien no existe identidad entre las partes de la operación de concentración notificada (SOGECABLE y AVS) y las partes del Acuerdo (AVS, SOGECABLE, TVC y MEDIAPRO), del Acuerdo de 24 de julio de 2006 parece desprenderse que todas y cada una de sus previsiones están ligadas.

De esta forma, la adquisición del control exclusivo de AVS por SOGECABLE supone, en última instancia, la adquisición en exclusiva del negocio de explotación de la Liga y Copa de S.M. el Rey en televisión de pago y pago por visión durante los próximos años. En este sentido, debe señalarse que antes del Acuerdo de 24 de julio de 2006, SOGECABLE ya no tenía garantizada la disponibilidad de todos los derechos necesarios para la explotación de la integridad de dicho negocio.

El paso de control conjunto a exclusivo sobre AVS supone que ya no se deberán tener en cuenta los intereses de TVC a la hora de administrar los derechos que explotará SOGECABLE/AVS.

IX.1 Posición en los mercados

[...], MEDIAPRO ha seguido adquiriendo con posterioridad a dicho Acuerdo derechos correspondientes a otros clubes, por distintos periodos, en particular los del Real Madrid. En todo caso, el Acuerdo dispone que será SOGECABLE/AVS, y no MEDIAPRO, el único demandante de derechos de fútbol, incrementando notablemente la capacidad negociadora frente a los clubes de fútbol.

Adicionalmente, SOGECABLE, al adquirir el control exclusivo de AVS, y en virtud de los pactos con MEDIAPRO, recupera la capacidad de explotar los derechos audiovisuales del conjunto de la Liga de fútbol y la Copa del Rey en TV de pago y PPV al menos hasta la temporada [...], que había perdido parcialmente tras la irrupción de MEDIAPRO en mayo de 2006. En julio de 2006 AVS era titular para la temporada [...] de los derechos de únicamente 13 de los 20 clubes de Primera División. De esta forma, SOGECABLE/AVS dispondrá de un poder similar al de la temporada pasada en la reventa de partidos de Liga y Copa en pago y PPV.

Así, SOGECABLE, como consecuencia de la adquisición del control sobre AVS y del Acuerdo de 24 de julio de 2006 asumirá la condición de AVS como monopolista en la reventa de los derechos audiovisuales de la Liga y la



Copa de S.M. el Rey para su explotación en el mercado de la televisión de pago y PPV. En efecto, desaparece MEDIAPRO como revendedor de derechos a las televisiones de pago y PPV. Adicionalmente, será MEDIAPRO y no SOGECABLE/AVS quien actúe como revendedor de los derechos a los operadores de televisión en abierto.

Por su parte, en el mercado verticalmente relacionado de televisión de pago, la presencia de SOGECABLE ha registrado un considerable retroceso en número de abonados entre 2003 (71,5%) y 2005 (57,9%), en beneficio esencialmente de ONO e Imagenio, si bien en términos de ingresos esta caída ha sido menor (87,9% en 2003 a 81,9% en 2005). Adicionalmente, SOGECABLE registró la temporada pasada el [80-90]% de los pinchazos de fútbol en PPV. De esta forma, cabe considerar que SOGECABLE aún mantiene una posición preeminente en este mercado, si bien sus competidores obtienen la mayor parte de sus ingresos de las ofertas de telefonía (fija y en algún caso móvil), Internet. Es decir su estrategia competitiva se basa en el *triple y/o quadruple play*.

Por el contrario, en el ámbito de la televisión en abierto ningún competidor posee una posición de dominio. Además, en este caso los contenidos de fútbol no juegan un papel tan importante a la hora de captar audiencia, pues los partidos de fútbol tienen un peso reducido dentro del total de horas de programación.

IX.2 Barreras a la entrada – Competencia potencial

El acceso a los mercados de adquisición y reventa de derechos está condicionado por la posición de los incumbentes y por su elevado coste. Tal circunstancia requiere que los nuevos compradores de derechos asuman un riesgo mayor que el de los incumbentes que dispongan de derechos de un mayor número de clubes. En todo caso, esto no ha impedido la irrupción de MEDIAPRO, a partir de mayo de 2006. Sin embargo, la puesta en común de los derechos de MEDIAPRO y SOGECABLE podría elevar el riesgo en que deban incurrir nuevos compradores en la medida en que reduce el número de contrapartes con las que explotar sus derechos.

Adicionalmente, el acceso a los mercados de adquisición y reventa está condicionado por la duración de los contratos actualmente vigentes. En la actualidad, todos los clubes de fútbol españoles de Primera y Segunda División están directa o indirectamente ligados a AVS, por lo menos hasta la temporada [...] y la duración de los contratos de SOGECABLE y AVS con los clubes de fútbol está sujeta a las limitaciones derivadas del Acuerdo de Consejo de Ministros de 29 de noviembre de 2002.

Por otro lado, como se ha señalado, la operación notificada, supone de facto la adquisición del negocio de explotación del fútbol en pago y PPV por parte de SOGECABLE. En el mercado de la televisión de pago la obtención de un paquete de contenidos futbolísticos que permita diferenciar el producto con relación a la televisión en abierto y responder a las ofertas de otros operadores de televisión de pago puede constituir una barrera a la entrada. El fútbol



constituye un reclamo importante para captar abonados, especialmente cuando se puede ofertar en exclusiva.

En este sentido cabe señalar que SOGECABLE es un operador verticalmente integrado y que dispone de una posición preeminente en el mercado de TV de pago y, tras el Acuerdo de julio de 2006, asumirá la condición de monopolista de AVS en la reventa de derechos de fútbol para su explotación en pago y pago por visión. Dicho Acuerdo, además, refuerza la integración vertical de SOGECABLE en la medida en que devuelve a su órbita de influencia los derechos de ciertos clubes cuya titularidad había sido adquirida por MEDIAPRO.

En consecuencia, el mayor riesgo suscitado por la operación de concentración analizada podría derivarse del refuerzo de la integración vertical de SOGECABLE, más que de la puesta en común de los derechos de Liga y Copa. En efecto, la Comisión Europea ha considerado aceptable la puesta en común de derechos de fútbol, bajo determinadas condiciones. Por su parte, la CMT señala que la explotación conjunta de derechos puede asegurar la potencial emisión de todos los partidos sin necesidad de entrar en negociaciones y una gestión eficiente de tales derechos.

Sin embargo, el refuerzo de la integración vertical podría resultar en un mayor riesgo de cierre del acceso a los contenidos futbolísticos de Liga y Copa del Rey por parte de otros operadores de TV de pago, especialmente una vez que venza en diciembre de 2007 la vigencia de las condiciones impuestas a la fusión SOGECABLE/VÍA DIGITAL.

IX.3 Conclusión

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, este Servicio estima preciso un análisis en profundidad de la operación notificada, con el fin de determinar si los Acuerdos de cesión de derechos y no competencia que vinculan a SOGECABLE, MEDIAPRO y AVS son necesarios para la ejecución de la operación notificada y, en su caso, deben valorarse sus efectos en el marco del control de concentraciones, y para descartar que, como consecuencia de la misma, se pueda obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados considerados, en particular, en el de televisión de pago y PPV.

Esta conclusión es consistente con la de la CMT, que, en su informe sobre la operación notificada, señala que “la operación de concentración notificada entre SOGECABLE y AVS supone un refuerzo de su posición en el mercado de reventa de derechos de retransmisión con un impacto relevante en la situación de competencia en el mercado de la televisión de pago.”

X. LEVANTAMIENTO DE LA SUSPENSION DE LA OPERACIÓN

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, la notificante ha solicitado el levantamiento de la obligación de suspensión de la ejecución de la operación en el caso de que ésta se remitiese para su estudio al Tribunal de Defensa de la Competencia. Dicha solicitud se basa en que la



operación notificada no supone obstáculo alguno para el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado.

Para resolver dicha solicitud es necesario ponderar los perjuicios que de la suspensión se puedan derivar para la operación, y de los que de su ejecución se puedan generar para los competidores o para la libre concurrencia.

El contrato de 24 de julio de 2006 preveía formalizar en escritura pública la compraventa de acciones antes del 30 de octubre de 2006. Dicho plazo ya se ha superado en la tramitación del expediente en primera fase sin que SOGECABLE, MEDIAPRO o AVS hayan advertido de la posibilidad de un riesgo significativo adicional para la ejecución de la operación derivado de una eventual remisión de la operación al tribunal de Defensa de la Competencia.

En cuanto a los perjuicios que la operación puede generar para los competidores o para la libre concurrencia, cabe destacar que la ejecución de la compraventa de acciones de AVS podría servir para consolidar ante los competidores en los mercados afectados el modelo de explotación de los derechos audiovisuales del fútbol de Liga y la Copa de S.M. el Rey en España acordado por SOGECABLE y MEDIAPRO, modelo que, como se ha señalado en el apartado anterior, podría no ser inocuo para la competencia efectiva.



XI. PROPUESTA

En atención al análisis anterior, se propone **remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del artículo 15 bis, 1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.

Adicionalmente, se propone no levantar la suspensión de la ejecución de la operación, según lo dispuesto en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989 de Defensa de la Competencia.

Todo ello sin perjuicio de lo dispuesto en la normativa sectorial aplicable, en la normativa de control de acuerdos entre empresas y prácticas restrictivas de la competencia, y en el Acuerdo de Consejo de Ministros de 29 de noviembre de 2002 por el que, conforme a lo dispuesto en la letra b) del apartado 1 del artículo 17 de la Ley 16/1989, de 17 de julio de 1989, de Defensa de la Competencia, se decide subordinar a la observancia de condiciones en mercados de derechos de retransmisión de acontecimientos futbolísticos la operación de concentración económica consistente en la integración de VÍA DIGITAL en SOGECABLE.