

**RESUMEN DEL INFORME PROPUESTA DE SEGUNDA FASE DEL EXPEDIENTE
C/0230/10 TELECINCO / CUATRO**

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN Y EMPRESAS PARTICIPES

- (1) El 28 de abril de 2010 fue notificada por TELECINCO la operación de concentración consistente en la adquisición del control exclusivo de CUATRO. Adicionalmente, PRISA, TELEFÓNICA y TELECINCO notificaron el 29 de abril de 2010 su proyecto de adquisición del control conjunto de DIGITAL+.
- (2) Ambas operaciones de concentración habían sido previamente objeto de remisión a España por parte de la Comisión Europea, para su análisis por parte de la CNC.
- (3) Posteriormente a su notificación, con fecha 17 de mayo de 2010, la Dirección de Investigación, en base a la íntima conexión entre ambas operaciones de concentración, acordó la acumulación de las mismas en un único expediente, para continuar su tramitación de forma conjunta. El 30 de junio de 2010 el Consejo de la CNC acordó iniciar la segunda fase del procedimiento, al objeto de poder realizar un análisis más detallado de ambas operaciones de concentración.
- (4) Con fecha 20 de octubre de 2010, la Dirección de Investigación acordó dejar sin efecto la acumulación de las dos operaciones de concentración en un único expediente. De esta manera, la resolución del expediente de referencia sólo autoriza con compromisos la operación de concentración TELECINCO/CUATRO.
- (5) TELECINCO tiene como principales áreas de actividad incluyen la televisión en abierto, publicidad, explotación de contenidos audiovisuales, producción y distribución de productos audiovisuales, agencia de noticias y actividades de televenta.
- (6) TELECINCO está controlada por Mediaset, sociedad que cotiza en la bolsa de Milán y que a su vez está controlada en última instancia por Fininvest, sociedad holding del Grupo Fininvest, con intereses en el sector audiovisual, editorial y servicios financieros.
- (7) CUATRO agrupa el negocio de televisión en abierto de PRISA, siendo titular de la licencia de un múltiple de TDT nacional y la mayor parte de su negocio de publicidad en televisión.

II. MERCADOS RELEVANTES DE PRODUCTO Y ANÁLISIS DE LOS MISMOS

- (8) La operación de concentración TELECINCO/CUATRO supone la unión de dos de los principales operadores de televisión en abierto en España.
- (9) Así, se ve afectada toda la cadena de valor del sector audiovisual relacionada con la televisión, que va desde la producción de los contenidos audiovisuales hasta su visión por el espectador final.

- (10) Sin embargo los principales problemas de competencia se identifican en los mercados de publicidad televisiva así como en los mercados de adquisición de contenidos audiovisuales.

IV.1. MERCADOS DE COMERCIALIZACIÓN DE CONTENIDOS

- (11) La comercialización de los contenidos audiovisuales está situada un escalón por debajo en la cadena de valor de la producción de los mismos, y puede ser realizada por el productor de estos contenidos o por un tercero al que el productor le encomienda la distribución de los mismos. Adicionalmente, las actividades de comercialización de contenidos audiovisuales son de vital importancia para poder competir en los mercados aguas abajo, en la medida en que los contenidos son inputs necesarios para poder ofrecer una programación atractiva y diferenciada que permita captar abonados y espectadores.
- (12) Los distintos precedentes nacionales y comunitarios han distinguido diferentes mercados de comercialización de contenidos según la naturaleza del contenido (películas, series, partidos de fútbol de Liga y Copa de S.M. el Rey, otros partidos de fútbol, etc.), la modalidad de emisión, etc.
- (13) El acceso a contenidos Premium, así como a las distintas modalidades y ventanas de emisión se encuentra fuertemente limitado por el acaparamiento actual de contenidos por parte de PRISA. En este sentido, las características de los mercados de comercialización de contenidos, donde los oferentes desean alcanzar el mayor número de ventanas posibles, unidas a la posición en los mismos de partes, harían que si TELECINCO cuenta con una mayor capacidad e incentivo a actuar de forma coordinada con DIGITAL+, PRISA y TELEFÓNICA, esta entidad pasaría a tener un poder negociador que sería irreplicable para terceros operadores de televisión en abierto en España en términos de ventanas y volumen de negocios afectados. Esto podría llevar a dificultar o incluso vedar el acceso a determinados contenidos audiovisuales por parte de terceros competidores de televisión en abierto.
- (14) TELECINCO, CUATRO, DIGITAL+, PRISA y TELEFÓNICA, en su conjunto, se encuentran presentes en la totalidad de segmentos de demanda de contenidos, ya sean lineales, no lineales, canales premium y canales temáticos, y están presentes tanto en la televisión de pago como en la televisión en abierto. Esta singular posición les permitiría intervenir en la adquisición de contenidos, programas y canales de televisión realizando ofertas de compra empaquetadas, que serían irreplicables por terceros adquirentes, y tendrían un menor coste por ventana de explotación.

IV.2. MERCADO DE PUBLICIDAD

- (15) En el caso de la televisión en abierto el parámetro clave de financiación es la publicidad, que a su vez depende en gran medida de la audiencia. En este sentido, para un operador de televisión en abierto es clave la relación contractual que establece con los anunciantes o las agencias de medios, la cual está condicionada por la capacidad del operador de televisión en abierto para atraer telespectadores.
- (16) El mercado de publicidad televisiva es muy transparente, ya que oferentes y demandantes cuentan con varias fuentes de información, fundamentales para el desarrollo de su negocio, a las que pueden acceder previo pago. Se trata de los datos suministrados por Kantar Media e Infoadex, ambas consideradas como referencia en el sector.
- (17) Por otro lado, de la descripción del mercado por el lado de la oferta y por el lado de la demanda se infiere que un elemento esencial en la formación de los precios en este mercado es que la oferta de espacio publicitario es rígida, como consecuencia de los mencionados límites legales de emisión de publicidad. Este elemento, en un mercado con fuerte estacionalidad de la demanda (pico-valle) hace que, en los momentos pico próximos a la saturación de la oferta, los precios se determinen por subasta, independientemente de la estructura de costes del oferente. El resultado es, por tanto, unos precios muy volátiles.
- (18) Esta rigidez por el lado de la oferta se ha visto acentuada por la salida de TVE del mercado de la publicidad. Ello, unido al repunte de las cifras de inversión en publicidad tras un periodo con poca actividad, ha llevado a un crecimiento record de los precios.

III. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN SIN COMPROMISOS

- (19) En el mercado de publicidad televisiva, dada la audiencia total de los canales cuya publicidad gestionaría TELECINCO tras la operación de concentración TELECINCO / CUATRO, si la publicidad de estos canales se comercializase de forma conjunta, dicha publicidad se podría convertir en imprescindible para los anunciantes.
- (20) Asimismo, con la configuración actual del mercado de publicidad televisiva, se podría posibilitar e incentivar la coordinación tácita de la entidad resultante con su principal competidor, ANTENA 3.
- (21) En la adquisición de contenidos audiovisuales, se produciría el reforzamiento del poder negociador de la entidad resultante de cara a la compra de estos contenidos, lo que afectaría tanto a los competidores de TELECINCO en el mercado de televisión en abierto como a los proveedores de contenidos más pequeños.

- (22) Estos problemas se agravarían si TELECINCO adquiriese la condición de accionista de control de DIGITAL+, pues podría utilizar su presencia simultánea en los mercados de televisión de pago y televisión en abierto para acaparar contenidos audiovisuales.
- (23) Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas y, en concreto, la estructura de mercado resultante y las barreras a la entrada existentes, esta Dirección de Investigación estima que la operación de concentración TELECINCO / CUATRO, sin la aplicación de compromisos o condiciones, genera riesgos para el mantenimiento de la competencia efectiva en alguno de los mercados considerados, especialmente en el mercado de la publicidad televisiva en España, efectos que se agravan en el caso de que TELECINCO pase a ser accionista de control de DIGITAL+, y coincida en el accionariado de esta entidad con PRISA y TELEFÓNICA.

VIII. VALORACIÓN DE COMPROMISOS

- (24) Los compromisos presentados por TELECINCO limitan su autonomía comercial a la hora de gestionar publicidad televisiva y adquirir contenidos audiovisuales, lo que permite compensar los problemas de competencia que genera la operación de concentración.
- (25) Un primer bloque de compromisos está directamente relacionado con el mercado de la publicidad televisiva, y conllevan que:
- TELECINCO no pueda vender mediante un mismo paquete comercial la publicidad de los dos canales de televisión en abierto de mayor audiencia de entre los que gestiona, con la condición adicional de que la audiencia conjunta de los canales de televisión incluidos en cada paquete comercial no sea superior a 22%.
 - TELECINCO no pueda desarrollar políticas de venta vinculada a los anunciantes de sus distintos paquetes comerciales de publicidad televisiva.
- (26) Estos compromisos favorecen la posibilidad real de que los anunciantes puedan seguir anunciándose de forma separada en los principales canales de televisión de la entidad resultante, y se limita la dimensión máxima de los paquetes de publicidad televisiva ofertados por TELECINCO, a un nivel adecuado para evitar que la publicidad televisiva de TELECINCO se convierta en indispensable para un número significativo de anunciantes.
- (27) El efecto de los anteriores compromisos en el mercado de publicidad televisiva es reforzado con los siguientes:
- TELECINCO se compromete a romper sus acuerdos de gestión conjunta de publicidad de canales de TDT en abierto de terceros, y a no firmar nuevos acuerdos de este tipo. En el caso de la publicidad de los canales de televisión de pago, TELECINCO se compromete a mantener la situación preexistente, de gestión de la publicidad de los canales de

televisión de pago de terceros mediante una empresa separada y con políticas comerciales diferenciadas

- De cara a evitar que los vínculos estructurales de TELECINCO con PRISA y TELEFÓNICA en DIGITAL+ afecten al mercado de publicidad televisiva, TELECINCO se compromete, mientras coincida en el accionariado de DIGITAL+ con PRISA o TELEFÓNICA, a no comercializar conjuntamente publicidad con soportes publicitarios gestionados por las demás partes y a aplicar a sus socios condiciones de mercado si le contratan publicidad.

(28) Existe un segundo bloque de compromisos que sirven para limitar el refuerzo de TELECINCO en el mercado de la televisión en abierto, lo que de forma indirecta también sirve para garantizar la competencia en el mercado de publicidad televisiva. En concreto:

(29)

- TELECINCO se compromete a no ampliar su oferta de canales de televisión en abierto mediante el arrendamiento de canales de TDT de terceros operadores.
- TELECINCO se compromete a no bloquear las mejoras de calidad de los canales de televisión que puedan querer lanzar sus competidores, Net y La Sexta, con los que la entidad resultante comparte múltiples de TDT hasta 2015.

(30) Adicionalmente, para evitar que TELECINCO utilice su reforzamiento en el mercado de televisión en abierto y su presencia como accionista de control de DIGITAL+ para distorsionar la competencia del mercado de televisión de pago, TELECINCO asume, bajo ciertas condiciones, mantener la política actual de cesión gratuita de sus canales de televisión en abierto a las plataformas de televisión de pago.

(31) Por otra parte, TELECINCO ha presentado un tercer bloque de compromisos dirigidos a compensar los efectos verticales derivados del refuerzo de la entidad resultante como demandante de contenidos audiovisuales. Así:

- TELECINCO se compromete a limitar la duración de sus contratos de adquisición exclusiva de contenidos a tres años, sin incluir derechos de adquisición preferente o prórroga. De esta manera, se posibilita que los derechos exclusivos que haya adquirido o pueda adquirir TELECINCO sobre generadores de contenidos (por ejemplo productoras de películas y series) salgan de forma periódica al mercado. Asimismo, TELECINCO limita a cinco años el periodo en el que puede explotar en exclusiva en televisión en abierto una determinada película.
- TELECINCO se compromete a restringir su capacidad para excluir a las productoras de televisión nacionales como oferentes de programas a competidores de televisión en abierto.

- (32) Por otra parte, para hacer frente a los efectos que generarían los vínculos estructurales de TELECINCO con PRISA y TELEFÓNICA en DIGITAL+, TELECINCO asume límites absolutos a su capacidad de compra de los contenidos audiovisuales más atractivos, cines y series de estreno de grandes estudios por una parte, y los principales eventos deportivos por otra. Estos límites absolutos están ligados a la condición de accionista de control de TELECINCO en DIGITAL+, y sirven para evitar que TELECINCO utilice la presencia simultánea en televisión de pago y televisión en abierto para acaparar contenidos audiovisuales de televisión en abierto.
- (33) Por último, se ha establecido una duración inicial de los compromisos de tres años, prorrogable por otros dos si no se modifican las circunstancias de mercado que hicieron necesarios los mismos.

ANEXO 1. Propuesta de compromisos de GESTEVISIÓN TELECINCO S.A. de 19 de octubre de 2010

“Se expone a continuación el paquete de compromisos que Telecinco asume, destinados a resolver las preocupaciones planteadas por la CNC en el expediente de referencia.

- (i) *Telecinco se compromete a no comercializar mediante una misma oferta comercial (“paquete comercial”) la publicidad o cualquier otra forma de comunicación comercial televisiva de los dos canales en abierto de mayor audiencia de entre los que gestiona (en adelante, los “canales principales”). Además, la audiencia conjunta de los canales incluidos en cada paquete comercial no será superior a 22%. A efectos de determinar cuál es la audiencia de cada canal, cada seis meses se tomará en cuenta la audiencia media del mismo en el semestre inmediatamente anterior.*
- (ii) *Telecinco se compromete a no desarrollar políticas comerciales, y en particular, de precios, que supongan, formalmente o de facto, la venta vinculada, directa o indirectamente, a los anunciantes de los distintos paquetes comerciales de publicidad de canales de televisión.*
- (iii) *Telecinco se compromete a no concluir nuevos contratos para la gestión de publicidad de terceros operadores de TDT en abierto de ámbito estatal, regional o local.*

Respecto de los contratos suscritos con terceros operadores de TDT en abierto de ámbito estatal, regional o local para la gestión de la publicidad con anterioridad a la operación de concentración, Telecinco se compromete a limitar la duración de los mismos a un periodo máximo de un año desde la entrada en vigor de los presentes compromisos.

Telecinco se compromete a que la gestión de publicidad de terceros canales ajenos al grupo de televisión de pago, incluido Digital+, se realice mediante una empresa distinta de la que gestiona la publicidad de los canales de Telecinco en abierto, con plena autonomía funcional y comercial.

- (iv) *Telecinco se compromete, mientras mantenga una participación común con Prisa y/o Telefónica en Digital+, a no comercializar conjuntamente publicidad con soportes publicitarios gestionados, respectivamente, por Prisa y/o Telefónica, y sus empresas filiales o participadas (en adelante “Prisa y/o Telefónica”).*
- (v) *Telecinco se compromete, mientras mantenga una participación común con Prisa y/o Telefónica en Digital+, a aplicar a Telefónica y Prisa condiciones de mercado y no un trato preferente o exclusivo en la contratación de publicidad por dichas compañías.*
- (vi) *Telecinco se compromete a no concluir contratos de adquisición exclusiva de contenidos audiovisuales de terceros con una duración superior a tres*

años y se compromete a que dichos contratos no incluyan cláusulas de renovación tácita, derechos de tanteo y retracto u opciones de prórroga o adquisición preferente para períodos sucesivos. Como excepción a lo anterior, se permitirá que Telecinco tenga contratos que cubran la “vida total” de cada serie y cada programa de entretenimiento. En el caso de películas cinematográficas, se permitirá que cada película sea explotada en exclusiva por un periodo máximo de cinco años.

En el caso de los contratos de adquisición de contenidos audiovisuales exclusivos actualmente en vigor que superen los anteriores límites, Telecinco se compromete a otorgar al proveedor un derecho, que podrá ejercerse en un plazo de seis meses desde la entrada en vigor de los compromisos, y sujeto a la correspondiente compensación conforme a criterios objetivos y proporcionales, de modificar los contratos para ajustarlos a los anteriores límites, sin modificación del resto de condiciones establecidas en los mismos. Asimismo, Telecinco renunciará expresamente a ejercer en cualquier momento los mecanismos de prórroga, opción o derechos de adquisición preferente que pudiera haber en tales contratos.

A efectos de lo previsto en el presente compromiso, cualquier modificación o novación de los contratos de adquisición exclusiva de contenidos audiovisuales que Telecinco tuviera suscritos tendrá la consideración de un nuevo contrato, quedando sometido a los compromisos antes señalados para los mismos.

- (vii) *Telecinco se compromete, mientras sea accionista de control de Digital+, a no concluir para un mismo año contratos exclusivos de adquisición para televisión en abierto de la totalidad de la producción de películas cinematográficas y series de estreno, respectivamente, con más de tres de las siguientes productoras: Paramount, Disney, CBS, Warner, Universal, Sony/Columbia y Fox. Además, mientras sea accionista de control de Digital+, Telecinco se compromete a no adquirir más del 60% del volumen global anual de producción de estreno de todas las productoras anteriormente mencionadas en series y películas, respectivamente.*
- (viii) *Telecinco se compromete, mientras sea accionista de control de Digital+, a limitar la explotación exclusiva de derechos audiovisuales de acontecimientos deportivos para su emisión en televisión en abierto según las siguientes condiciones:*

 - *Telecinco se compromete a no explotar en televisión en abierto en un mismo año derechos de emisión de partidos de la Liga de Primera División y los derechos de emisión de partidos de fútbol de más de una de las restantes competiciones oficiales nacionales o internacionales.*
 - *Telecinco se compromete a no explotar en televisión en abierto en un mismo año derechos de emisión de más de dos de los siguientes bloques de eventos deportivos siguientes:*

- *Campeonato del mundo de Fórmula 1*
 - *Campeonato del mundo de motociclismo*
 - *Competiciones oficiales nacionales o internacionales en las que participen clubes de baloncesto de primera división o la selección nacional*
 - *Tour de Francia y/o vuelta ciclista a España*
- (ix) *Telecinco se compromete a no alquilar o arrendar canales de múltiples titularidad de terceros operadores de TDT.*
- (x) *Telecinco se compromete, mientras sea accionista de control de Digital+, a garantizar la distribución de sus canales de televisión en abierto en otras plataformas de pago distintas de las de Digital+ y Telefónica, sin exigir contraprestación económica, siempre que (i) al menos una de ellas lo distribuya, (ii) tales plataformas garanticen un sistema fiable de medición de audiencias, y (iii) no se exija a Telecinco el pago de contraprestación alguna.*
- (xi) *Telecinco se compromete a no oponerse a conceder su autorización al lanzamiento por parte de los operadores con los que comparta múltiple de nuevos servicios o mejoras en la calidad de las emisiones, siempre que (i) dicho lanzamiento no perjudique la calidad de sus propias emisiones y (ii) reciba un trato recíproco por parte de los operadores con quien comparta múltiples.*
- (xii) *Telecinco se compromete a no concluir contratos que impliquen derechos de exclusiva o primera opción para la adquisición de la totalidad de la producción con productoras nacionales de contenidos, a renunciar expresamente a ejercer en cualquier momento los derechos de exclusiva para la adquisición de la totalidad de la producción, o a los derechos de primera opción sobre más de dos programas, con productoras no creadas con el apoyo de Telecinco, y a no renovar en términos de exclusividad o de primera opción, los contratos suscritos con las productoras que hayan sido creadas con el apoyo de Telecinco.*

Estos compromisos tendrán, salvo indicación en contrario, una duración inicial de tres años. Transcurrido dicho plazo, la Comisión Nacional de la Competencia valorará si se ha producido una modificación relevante en la estructura o la regulación de los mercados considerados, que justifique el mantenimiento, adecuación o supresión de las condiciones correspondientes por un periodo adicional de dos años.

No obstante la duración prevista de los compromisos anteriores, Telecinco podrá solicitar a la Comisión Nacional de la Competencia la modificación de su contenido y duración, en caso de que se produzca una modificación relevante en la estructura o la regulación de los mercados considerados.”