

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN EXPEDIENTE C/0335/11 TICKETMASTER/SERVITICKET**

---

### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 24 de febrero de 2011 tuvo entrada en la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) notificación de una operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de TICK TACK TICKET, S.A. (TICKETMASTER), del control exclusivo de SERVICITICKET, S.A. (SERVICITICKET).
- (2) La notificación fue realizada por TICKETMASTER según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC) por superar el umbral establecido en el artículo 8.1.a) de la LDC. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC), aprobado por el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero.
- (3) El artículo 57.2.c) de la LDC establece que el Consejo de la CNC dictará resolución en primera fase en la que podrá acordar iniciar la segunda fase del procedimiento, cuando considere que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional.
- (4) Asimismo, el artículo 38.2 de la LDC añade: "El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley".
- (5) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **24 de marzo de 2011**. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

### **II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN.**

- (6) La operación consiste en la adquisición por parte de TICK TACK TICKET, S.A. (TICKETMASTER), del control exclusivo de SERVICITICKET, S.A. (SERVICITICKET), mediante contrato de compraventa firmado el [...] <sup>1</sup>, por el cual TICKETMASTER adquirirá el 100% del capital social de SERVICITICKET en dos fases: en primer lugar adquirirá el 80,1% y el 19,9% restante transcurridos dos meses.
- (7) La operación de concentración notificada está sujeta a la autorización de la Comisión Nacional de la Competencia.
- (8) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC.

---

<sup>1</sup> Figura entre corchetes aquella información cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

### **III. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

- (9) La operación de concentración notificada no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en los apartados 2 y 3 del artículo 1 del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (10) La operación de concentración notificada cumple los requisitos previstos por la LDC para su notificación obligatoria al superarse los umbrales establecidos en el artículo 8.1.a) de dicha Ley. En cambio, la operación de concentración notificada no cumple los requisitos previstos el artículo 56 de la LDC para su tramitación mediante formulario abreviado.

### **IV. RESTRICCIONES ACCESORIAS**

- (11) El Contrato de compraventa entre las partes de la operación de concentración que ha dado lugar al expediente de referencia contiene una serie de restricciones de competencia adicionales al objeto principal de la operación de concentración y de las sociedades que se constituyen, y que se describen a continuación.

#### **IV.1. Pacto de no Competencia**

- (12) El Contrato de compraventa entre las partes de la operación de concentración incorpora una obligación de no competencia, según la cual [...].

#### **IV.2. Pacto de no Captación**

- (13) El Contrato de compraventa entre las partes de la operación de concentración incorpora una obligación de no captación, según la cual [...].

#### **IV.3. Pacto de Confidencialidad**

- (14) El Contrato de compraventa entre las partes de la operación de concentración incorpora una obligación de confidencialidad, según la cual [...].

#### **IV.4. Pactos comerciales exclusivos**

- (15) Las partes de la operación de concentración han cerrado adicionalmente a una serie de acuerdos comerciales exclusivos que podrían tener efectos restrictivos sobre la competencia. Los mismos se describen sucintamente a continuación:
  - (i) Acuerdo de asociación comercial: [...]
  - (ii) Acuerdo de colaboración de red de cajeros automáticos: [...]
  - (iii) Acuerdo de prestación de servicios de pago: [...]

#### **IV.5. Valoración**

- (16) El apartado 3 del artículo 10 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, establece que “podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”.
- (17) Teniendo en cuenta la legislación y los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C

56/03), se considera que en el presente caso el contenido de los pactos de no competencia, no captación y confidencialidad, en tanto que se transfieren fondo de comercio, por su contenido no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada. En todo caso, dada la presencia de TICKETMASTER en el mercado de servicios de *ticketing* a nivel mundial, difícilmente se puede considerar que la operación de concentración le va a permitir adquirir conocimientos técnicos de los que no disponga ya.

- (18) Por estos motivos, en lo que respecta a la duración de estas restricciones accesorias, sólo se consideran necesarias para la realización de la concentración durante los dos primeros años, quedando sometidas a la normativa de acuerdos entre empresas por el periodo de vigencia restante.
- (19) En lo que se refiere a los pactos comerciales exclusivos entre TICKETMASTER y LA CAIXA, esta Dirección de Investigación, coincidiendo con la opinión de la notificante, entiende que los mismos no son accesorios a la operación de concentración, pues no sirven para preservar el valor de los activos adquiridos, por lo que estos pactos quedan sometidos a la normativa de acuerdos entre empresas, en especial, al Reglamento nº 330/2010, de la Comisión, de 20 de abril, relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del TFUE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas.

## **V. EMPRESAS PARTICIPES**

### **V.1 TICK TACK TICKET, S.A. (TICKETMASTER)**

- (20) TICKETMASTER es una de las filiales españolas del grupo Internacional Live Nation Entertainment, Inc. (LNE). LNE es una compañía resultado de la fusión entre Live Nation, Inc. y Ticketmaster Entertainment, Inc. en 2010, tras la cual las actividades de LNE fueron organizadas en distintos segmentos de negocio: conciertos, venta de entradas, etc.
- (21) TICKETMASTER presta en España servicios de venta de entradas a promotores de conciertos, corridas de toros, estadios, clubes deportivos profesionales, centros de artes escénicas, museos y teatros, con objeto de gestionar la venta anticipada de entradas de los eventos que ellos promocionan.
- (22) TICKETMASTER vende entradas en España a través de diversos medios, principalmente a través de puntos de venta físicos, pero también a través de Internet y *call centers*.
- (23) Además del segmento de venta de entradas, donde el grupo LNE está activo en España a través de TICKETMASTER, LNE también está presente en el segmento de promoción de conciertos, a través de su filial Live Nation España, S.A.U.
- (24) La facturación del LNE en el último ejercicio económico<sup>2</sup> conforme al artículo 5 del RDC es, según la notificante:

---

<sup>2</sup> La notificante indica que el volumen de negocios auditado de las Partes para el año 2010 todavía no está disponible, por lo que proporcionan cifras auditadas correspondientes a 2009.

VOLUMEN DE NEGOCIOS LNE <sup>3</sup> (millones euros) 2009		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2.500]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificación

## V.2 SERVITICKET, S.A. (SERVITICKET),

- (25) SERVITICKET es una empresa del grupo LA CAIXA activa en el mercado español de venta de entradas, gestionando la venta anticipada de entradas para un gran número de eventos de ocio (principalmente, cine, teatro, música, deportes, parques temáticos y emplazamientos históricos) a través de una serie de canales tales como terminales de autoservicio (cajeros), Internet, dispositivos móviles, etc.
- (26) La facturación de SERVITICKET en el último ejercicio económico conforme al artículo 5 del RDC es, según la notificante:

VOLUMEN DE NEGOCIOS SERVITICKET (millones euros) 2009		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[<250]	[<60]

Fuente: Notificación

## VI. MERCADOS RELEVANTES

### VI.1 Mercado de producto

- (27) El sector afectado por la operación de concentración analizada es el de los servicios de venta y distribución de entradas de eventos (servicios de *ticketing*).
- (28) Se trata de servicios dirigidos a administrar un inventario de entradas<sup>4</sup>, vender dichas entradas al público y distribuirlas en forma impresa o a través de medios electrónicos.
- (29) La notificante considera, no obstante, necesario hacer una diferenciación, por motivos de prudencia, entre los servicios de *ticketing* (prestados por agentes de *ticketing* o proveedores de entradas) y *self-ticketing* (la comercialización de entradas a los consumidores es realizada por los propios promotores, organizadores o propietarios de recintos, como por ejemplo, a través de las ventas en taquilla). Es decir, según la notificante, el mercado de producto incluiría únicamente las ventas anticipadas realizadas por agentes de *ticketing*, aun cuando los servicios *self-ticketing* pueden ejercer cierta presión competitiva.

<sup>3</sup> La notificante informa de que la fusión entre Live Nation Inc. y Ticketmaster Entertainment, Inc. se completó el 25 de enero de 2010 y que, por lo tanto, no hay cuentas anuales auditadas de la entidad combinada disponibles. Conforme a los principios enunciados en los párrafos 172 a 174 de la Comunicación consolidada de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales en materia de competencia, realizada de conformidad con el Reglamento (CE) 139/2004 del Consejo, sobre el control de las concentraciones entre empresas, los volúmenes de negocios que se incluyen son el resultado de la suma de los volúmenes de negocios pertinentes de ambas empresas.

<sup>4</sup> Entradas para eventos tales como arte, cine, conciertos, música clásica y ópera, deportes, espectáculos familiares, parques de ocio y exposiciones, monumentos y museos, corridas de toros, etc.

- (30) El proveedor de entradas o los agentes de *ticketing* pueden cobrar tanto al promotor como al cliente<sup>5</sup>, proporcionando diferentes servicios al cliente: posibilidad de comprar en tiempo real entradas desde casa o desde el lugar de trabajo (por teléfono o por Internet); elección de los métodos de pago (efectivo, tarjeta de débito, tarjeta de crédito, etc.); protección de entradas por numerosos sistemas de seguridad; posibilidad de elegir entre una variedad de métodos de entrega de entradas (correo ordinario, impresión en casa o recogida en persona en puntos de venta y taquillas autorizadas); gestión de la devolución del importe de la entrada al adquirente de la misma en caso de cancelación o aplazamiento del evento; o garantía de asientos de alta calidad o acceso a un evento mediante la compra anticipada de entradas y amplia distribución en la elección de asientos.
- (31) Todos estos factores hacen que en muchos casos, desde el punto de vista de la demanda, la venta de entradas en taquilla no sea directamente sustitutiva de los servicios que proporcionan los agentes de *ticketing*. Este valor añadido que proporcionan los agentes de *ticketing* lleva a los promotores, organizadores o propietarios de recintos a contratar a uno o varios agentes de *ticketing* como mecanismo para completar su sistema de comercialización de entradas y aumentar su cobertura y capacidad de atracción de espectadores a los eventos.
- (32) A la vista de lo anterior, esta Dirección de Investigación considera que a los efectos del presente expediente, puede estar justificada la definición de un mercado de producto relevante de servicios de venta y distribución de entradas de eventos.
- (33) Finalmente, debe hacerse mención al mercado de promoción de eventos deportivos y musicales en España, verticalmente relacionado con el de servicios de venta y distribución de entradas de eventos, y en el que LNE está presente. No obstante, LNE tiene una cuota inferior al [20-30]% en el mismo, según la notificante.
- (34) Por ello, dada la presencia de la entidad resultante en los mercados de servicios de venta y distribución de entradas de eventos, y de promoción de eventos deportivos y musicales, no es previsible que la operación de concentración vaya a tener efectos significativos sobre el mercado de promoción de eventos deportivos y musicales, por lo que no es necesario analizarlo en profundidad a los efectos del presente expediente.

## **VI.2 Mercado geográfico**

- (35) La notificante considera que la dimensión geográfica de los mercados afectados es nacional.
- (36) La notificante estima que dicho alcance estaría justificado en las diferencias en la forma de venta de entradas, en la variedad de eventos ofertados, y en los royalties y comisiones en los diversos países.

---

<sup>5</sup> El promotor, el recinto y el organizador del evento pueden pagar una comisión en función del servicio en cuestión y/o el cliente paga un cargo por servicio dependiendo del canal de venta en cuestión.

- (37) En todo caso, no es necesario pronunciarse sobre el ámbito geográfico relevante a los efectos del presente expediente, pues no afecta a las conclusiones del análisis.

## VII. ANÁLISIS DE MERCADO

- (38) El valor de la facturación global del mercado nacional de servicios de venta y distribución de entradas en 2010 fue de 61,66 millones de euros, con un volumen de ventas de 37.719.000 entradas.
- (39) Las ventas en dicho periodo de SERVITICKET y TICKETMASTER ascendieron a [...] y [...] millones de euros respectivamente, lo que representa unas cuotas de mercado del [10-20]% y [0-10]%. El resultado de la operación de concentración a través de la cual la cuarta empresa del mercado adquiere a la primera será, pues, una cuota de mercado conjunta del [20-30]% en valor. En términos de volumen, las cuotas de mercado de SERVITICKET y TICKETMASTER se sitúan en el [20-30]% y [0-10]%, lo que supone una cuota de mercado acumulada del [30-40]%.

MERCADO NACIONAL DE SERVICIOS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE ENTRADAS 2010				
Agentes	Valor		Volumen	
	Miles de Euros	Cuota de mercado	Miles de Tickets	Cuota de mercado
<b>Serviticket</b>	[...]	<b>[10-20]%</b>	[...]	<b>[20-30]%</b>
El Corte Inglés	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
Entradas.com	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
<b>Ticketmaster</b>	[...]	<b>[0-10]%</b>	[...]	<b>[0-10]%</b>
Telentrada	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Locales <sup>6</sup>	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
Otros <sup>7</sup>	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
<i>Total</i>	<i>61.665</i>	<i>100%</i>	<i>37.719</i>	<i>100%</i>

Fuente: Notificación

- (40) En el mercado están presentes otros operadores con cuotas significativas, como El Corte Inglés ([10-20]%), Entradas.com ([10-20]%) y Telentrada ([0-10]%), así como una amplia variedad de agentes locales ([10-20]%) y menores ([20-30]%).
- (41) Un análisis de la evolución temporal de las cuotas de mercado de los operadores del mercado refleja el mantenimiento de una estructura de oferta relativamente estable, con SERVITICKET como principal operador y un pequeño crecimiento, y con TICKETMASTER con ligera pérdida de presencia en el mercado.

<sup>6</sup> Dentro de la categoría de "Locales" se incluyen las siguientes cajas de ahorro: Bancaja, Kutxa, BBK, Caixa Galicia, Caixa Nova, Caja Cantabria, Caja Canarias, Cajastur, Unicaja, Caja Murcia, Caja Ahorros Mediterraneo-CAM, Caja Rioja, Bancaja e Ibercaja.

<sup>7</sup> Dentro de la categoría "Otros" se incluyen los siguientes operadores: General Tickets, Atrápalo, Codeticket, Ticketea, Ticketcyl, Malagaentradas, 91tickets, La Agencia Ticket, Breakpoint, Arteria.com y otros operadores que utilizan software de marca blanca de terceros para la venta de entradas.

MERCADO NACIONAL DE SERVICIOS DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE ENTRADAS						
Agentes	2010		2009		2008	
	Cuota en valor	Cuota en volumen	Cuota en valor	Cuota en volumen	Cuota en valor	Cuota en volumen
<b>Serviticket</b>	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%	[20-30]%
El Corte Inglés	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[0-10]%
Entradas.com	[10-20]%	[10-20]%	[0-10]%	[10-20]%	[0-10]%	[0-10]%
<b>Ticketmaster</b>	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Telentrada	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Locales	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[20-30]%	[10-20]%
Otros	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%

Fuente: Notificación

- (42) Por el lado de la demanda, los agentes de *ticketing* se relacionan por un lado con los organizadores del evento a comercializar y, por otro lado, con el público final.
- (43) Los principales clientes (recintos, promotores, productores, salas, operadores cinematográficos y organizaciones deportivas) de las partes son:

TICKETMASTER	
Cliente	% Ventas
[...]	[0-10]%
[...]	[0-10]%
[...]	[0-10]%
[...]	[0-10]%
[...]	[0-10]%

SERVITICKET	
Cliente	% Ventas
[...]	[10-20]%
[...]	[0-10]%
[...]	[0-10]%
[...]	[0-10]%
[...]	[0-10]%

Fuente: Notificación

- (44) Finalmente, cabe reseñar que se trata de un mercado con elevado potencial de crecimiento en España, a tenor de la baja tasa de penetración de los agente de *ticketing* en nuestro país (sólo el [...] % del total de entradas para eventos son comercializadas a través de ellos), y en que el desarrollo de las nuevas tecnologías digitales está permitiendo desarrollar una rápida y completa relación con el cliente.
- (45) A continuación se presentan los principales canales de distribución de ambos operadores:

TICKETMASTER	
Canal	% Ventas
Punto de venta físico	[...] %
Internet	[...] %
Teléfono	[...] %

SERVITICKET	
Canal	% Ventas
Internet	[...] %
Cajeros automáticos en recintos	[...] %
Cajeros automáticos bancarios	[...] %

Fuente: Notificación

## VIII. VALORACIÓN

- (46) La operación de concentración económica notificada consiste en la adquisición por TICKETMASTER del control exclusivo de SERVITICKET, siendo el mercado afectado el de los servicios de venta y distribución de entradas de eventos (servicios de *ticketing*) en España.
- (47) SERVITICKET es actualmente, según los datos aportados por las notificantes, la empresa [...] con una cuota del [20-30]% en volumen y del [10-20]% en valor. TICKETMASTER [...] con una cuota próxima al [0-10]%, por lo que mediante la operación de concentración alcanzaría una cuota de mercado del [30-40]% ([20-30]% en valor).
- (48) Al valorar el resultado de la concentración es necesario tener en cuenta que se trata de un mercado de dos caras, en el que los operadores intentan captar servicios de distribución de entradas de los organizadores de eventos, y a la vez buscan comercializar estas entradas al mayor número de usuarios finales.
- (49) En este mercado operan una serie de agentes diversificados y presencia significativa en el mercado (SERVITICKET, El Corte Inglés, Entradas.com, TICKETMASTER, Telentrada) junto con un amplio abanico de agentes con una oferta de servicios más reducida y de ámbito territorial limitado (y que suponen en torno a [40-50]% de mercado total).
- (50) Asimismo, hay que tener en cuenta que muchas veces los organizadores de eventos contratan los servicios de venta y distribución de entradas simultáneamente con varios operadores.
- (51) Esta presencia de numerosos agentes de venta y distribución de entradas de eventos, de diversos tamaños y en diferentes ámbitos territoriales, que muchas veces distribuyen las entradas de los mismos eventos que la entidad resultante, puede ejercer una presión competitiva significativa sobre dicha entidad resultante.
- (52) A la luz de estas consideraciones, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en los mercados analizados, por lo que se considera que la operación sería susceptible de ser autorizada en primera fase sin compromisos.

## IX. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia se propone **autorizar la concentración**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.