

ES

***Asunto n° COMP/M.6566 –
PRISA/ MEDIASET/ DTS***

El texto en lengua española es el único disponible y auténtico.

**REGLAMENTO (CE) n° 139/2004
SOBRE LAS CONCENTRACIONES**

Artículo 4(4)
fecha: 07.06.2012



EUROPEAN COMMISSION

Brussels, 07.06.2012
C(2012) 3894

En la versión pública de la decisión, se omite determinada información en virtud del artículo 17 (2) del Reglamento del Consejo (CE) No 139/2004 relativo a la no divulgación de secretos de negocios y otra información confidencial. Las omisiones se indican con [...]. Si es posible, la información omitida se reemplaza por rangos de cifras o una descripción general.

VERSION PUBLICA

MERGER PROCEDURE
ARTICLE 4(4) DECISION

A las partes notificantes

**A la Comisión Nacional de la
Competencia**

Estimados señores:

Asunto: Asunto COMP/M.6566 - PRISA/ MEDIASET/ DTS
Escrito motivado con arreglo al artículo 4 (4) del Reglamento n° 139/2004¹ para la remisión del asunto a España.

Fecha de la presentación: 27/04/2012

Plazo legal para la respuesta de los Estados Miembros: 25/05/2012

Plazo legal para la decisión de la Comisión con arreglo al artículo 4 (4): 08/06/2012

I. INTRODUCCIÓN

1. Con fecha 27 de abril de 2012, la Comisión recibió una solicitud de remisión, por medio de un escrito motivado, con arreglo al artículo 4 (4) del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo ("Reglamento de control de concentraciones") con respecto a la transacción propuesta consistente en la adquisición del control conjunto por Mediaset España Comunicación, S.A ("Mediaset", Spain) sobre DTS Distribuidora de Television Digital, S.A ("DTS", Spain), actualmente bajo el control exclusivo de Promotora de Informaciones, S.A.

¹ OJ L 24,29.1.2004, p. 1 ("Reglamento comunitario de concentraciones") Desde el 1 de diciembre de 2009, el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea ("TFUE") ha introducido ciertos cambios, tales como la sustitución de la "Comunidad" por "Unión" y "mercado común" por "mercado interior". La terminología del TFUE se utiliza en toda esta decisión.

("Prisa", Spain). En su escrito motivado, Prisa y Mediaset (juntas, "las partes") solicitan que la operación en todos sus elementos sea examinada por las autoridades competentes de España.

2. Conforme a lo dispuesto en el artículo 4(4) del Reglamento de control de concentraciones, con carácter previo a una notificación formal a la Comisión, las partes pueden informar a la Comisión que la concentración puede afectar de manera significativa la competencia en un mercado en un Estado miembro que presenta todas las características de un mercado definido y que, por tanto, debe ser examinada, total o parcialmente, por ese Estado miembro.
3. Con fecha 27 de abril de 2012, se envió copia de este escrito motivado a todos los Estados miembros.
4. Con fecha 25 de mayo de 2012, la Comisión recibió escrito de la autoridad española de competencia, Comisión Nacional de Competencia ("CNC"), informando sobre la aceptación de la remisión solicitada.

II. LAS PARTES

5. **Prisa** es una sociedad anónima constituida en España que se centra en cuatro áreas de negocio principales (Educación-Editorial, Prensa, Radio y Audiovisual). Prisa, a través de DTS, es propietaria de Canal + (antes Digital +), operador líder en la televisión de pago en España que distribuye contenidos *premium* para televisión (producidos bajo la marca Canal + y distribuidos a través de sus propios paquetes de televisión de pago) y canales temáticos.
6. **Mediaset España (Mediaset)** es una empresa de comunicación constituida en España que cotiza en la Bolsa de Madrid. Mediaset está controlada por el Grupo Fininvest y sólo opera en España e Italia. Mediaset está activa en las siguientes áreas: televisión en abierto (FTA-TV) en la tecnología digital terrestre con ocho canales, publicidad (Publiespaña), agencia de noticias (Atlas), explotación de contenidos audiovisuales en Internet y otras plataformas (por medio de Conecta5) y producción y distribución de productos audiovisuales. Además, Mediaset tiene una participación en una cadena de televisión norteamericana destinada a los hispanohablantes (CaribeVisión).
7. **Distribuidora de Televisión Digital, SA (DTS)** es una compañía de comunicación que opera en España en la plataforma de televisión de pago Canal+, así como en los canales temáticos (por ejemplo, Canal+1, Canal+ Liga y Canal+ Liga 2). Los accionistas de DTS son Prisa TV (una filial de Prisa, que posee 56% del capital social de DTS), Mediaset (con el 22%) y Telefónica de Contenidos, SAU ("Telefónica") (22%). DTS está actualmente bajo el control exclusivo de Prisa.

III. LA OPERACIÓN Y CONCENTRACIÓN

8. La transacción propuesta consiste en una serie de acuerdos que darán lugar a la adquisición de control conjunto por Prisa y Mediaset sobre DTS, actualmente bajo el control exclusivo de Prisa. En particular, después de la operación, Mediaset, que ya posee el 22% de las acciones de DTS, adquirirá los derechos de veto para la aprobación del plan de negocio y el presupuesto anual.

9. Por lo tanto, la operación propuesta constituye una concentración en el sentido del artículo 3 (1) (b) del Reglamento de control de concentraciones.

IV. DIMENSIÓN EUROPEA

10. El volumen de negocios total a escala mundial de las partes supera los 5 000 millones de euros (Prisa 2 641 millones de euros; DTS 978 millones de euros; y Fininvest/Mediaset 6 108 millones de euros). Cada una de ellas tiene un volumen de negocios total a escala europea superior a 250 millones de Euros (Prisa: EUR [...]; DTS [...]; y Fininvest/Mediaset EUR [...]). Cada una de las empresas afectadas no realiza más de dos tercios de su volumen de negocios total europeo en un mismo Estado miembro.
11. Por lo tanto, la operación propuesta tiene dimensión europea con arreglo al artículo 1(2) del Reglamento de control de concentraciones.

V. EVALUACIÓN

A. Mercados de productos y geográficos de referencia

12. La transacción propuesta afecta al sector audiovisual en España, concretamente a:
- la televisión de pago y televisión en abierto;
 - la adquisición de contenidos para la televisión;
 - la producción y comercialización de contenidos; y
 - la venta de espacios publicitarios por televisión.
13. A continuación, se analizará la definición de los mercados de productos y mercados geográficos, así como la posición de las partes en cada uno de ellos.

A.1. Servicios de Televisión

Mercado de producto

14. Las partes consideran un mercado amplio de servicios de televisión que incluiría tanto la televisión de pago como la televisión en abierto. Asimismo, las partes proponen que, en caso de que la Comisión tuviera que definir mercados separados para los servicios de televisión de pago (pay-TV) y los servicios de televisión en abierto (FTA-TV), el mercado de servicios de televisión de pago incluye tanto los servicios lineales y los servicios no lineales (pago por -visión (PPV) y vídeo bajo demanda (VOD)).
15. Por otra parte, la Comisión ha considerado de forma consistente en sus precedentes una distinción entre la prestación de servicios al consumidor final de televisión en abierto y la prestación de servicios al consumidor final de televisión de pago². Esta distinción está

² Véase, por ejemplo, Decisión de la Comisión en el caso M.6457 *ANTENA3/LASEXTA*; caso M.5121-*Newscorp/Premiere*; y caso M. 4504-*SFR/Télé2 France*

basada principalmente en las diferencias entre los modelos de financiación de estos negocios. La televisión en abierto se financia principalmente mediante ingresos publicitarios mientras que la principal fuente de ingresos de la televisión de pago son las cuotas de los abonados.

16. En lo que respecta al mercado de televisión de pago, la Comisión también ha considerado, en decisiones anteriores, una nueva distinción entre canales "lineal" y canales no lineales como PPV, "casi vídeo a la carta" (NVOD) y VoD, dejando abierta la definición exacta del mercado de productos³.
17. A la vista de lo anterior, y teniendo en cuenta los precedentes existentes, puede considerarse que los mercados afectados por la transacción notificada son los mercados de servicios de televisión de pago y de servicios de televisión en abierto al consumidor final. A los efectos de la presente decisión y teniendo en cuenta la posición relativa de las partes, se puede dejar abierta una posible distinción entre el mercado de la televisión de pago entre canales "lineal" y los canales no lineales.

Mercado geográfico

18. La Comisión ha considerado en sus precedentes que este mercado es de ámbito nacional, atendiendo a diferencias en el marco reglamentario, los factores culturales y otras diferencias en las condiciones de competencia que prevalecen en los distintos Estados miembros⁴. Las partes comparten la definición del mercado geográfico de la Comisión. Asimismo, no hay indicadores que lleven a pensar que estas consideraciones no sean pertinentes también en el presente asunto.

Posición de las partes

19. Según la información presentada por las partes, DTS (Canal +) y Mediaset están presentes en diferentes mercados. DTS ofrece servicios de televisión de pago, mientras que Mediaset está activo en el mercado para la prestación de servicios de televisión en abierto. Sin embargo, las actividades de las partes se solapan en el mercado de producto para servicios no lineales de televisión de pago (VoD/SVoD/PPV) y en particular en el segmento de VoD.⁵
20. De acuerdo con la información presentada por las partes, la cuota de mercado de DTS para el mercado de servicios de televisión de pago, medida en términos de abonados, fue de

³ Véase, por ejemplo, Decisión de la Comisión en el caso M.5121-*NewsCorp/Premiere*; caso M.2211 *Universal Studio Networks/De Facto 829 (NTL) Studio Channel Ltd.*; Caso JV 37 *BSkyB/Kirch Pay TV*.

⁴ Véase, por ejemplo, Decisión de la Comisión en el caso M.6457 *ANTENA3/LASEXTA*; caso M.5121-*NewsCorp/Premiere*; caso M. 4504-*SFR/Télé2 France*; y caso M.4204-*Cinven/UPC France*.

⁵ DTS está activo en el segmento de PPV con una cuota de mercado del [20-30]% en 2011 medido en términos de suscripciones. En un mercado potencial que comprenda tanto PPV y VOD servicios no lineales, la cuota de mercado de DTS, en términos de cantidad de ingresos, es [30-40]% en 2011. Mediaset ha puesto en marcha sus canales no lineales (VOD) en el año 2011 con unos ingresos totales por valor de [...] euros.

39,9% en 2011. Los siguientes operadores en importancia fueron ONO e Imagenio de Telefónica, con cuotas de mercado del 21,1% y 18,8%, respectivamente. De acuerdo con las estadísticas de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones ("CMT", el regulador Español de telecomunicaciones), la cuota de mercado de DTS, en términos de ingresos, es significativamente más alta (58,4%), mientras que las cuotas de mercado de ONO e Imagenio son más bajas con 13,3% y 12,9%. Por lo tanto, queda de manifiesto que Canal + es el operador con mayor rendimiento promedio por usuario.

21. En cuanto al mercado de servicios de televisión en abierto, la cuota de mercado de Mediaset medida en términos de audiencia fue del 20,3% en 2011 (14,2% Telecinco y Cuatro 6,1%). Los siguientes operadores fueron TVE y Antena 3 con cuotas de mercado del 17,1% y 11,5%, respectivamente. De acuerdo con las estadísticas de la CMT, la cuota de mercado de Mediaset en 2010, en términos de ingresos, es significativamente más alto alcanzando el 45% (Telecinco 29,1% y 15,9% Cuatro). Las partes estiman que la participación de Mediaset en el mercado en el año 2011 corresponde a 2010.

A.2. Adquisición de contenidos para televisión

Mercado de producto

22. Las partes consideran distintos mercados para la adquisición de contenidos para la televisión en abierto y la adquisición de contenidos para la televisión de pago⁶. Asimismo, las partes identifican mercados separados para (i) la adquisición de derechos de retransmisión de películas y (ii) la adquisición de derechos de retransmisión de eventos futbolísticos. A su vez, el primer mercado se segmentaría en películas producidas por los principales estudios americanos (películas de los Majors o *premium*) y el resto. Además, con respecto a las películas *premium*, cabría identificar mercados distintos para las distintas ventanas de retransmisión. Por otro lado, las partes consideran que el mercado de la adquisición de derechos de retransmisión de eventos futbolísticos puede dividirse entre la adquisición de derechos de retransmisión de eventos futbolísticos nacionales y europeos que se disputan regularmente (La Liga, Copa de SM el Rey, Champions League, UEFA Europe League, con participación de equipos españoles) y los derechos de retransmisión de acontecimientos que se disputan de forma intermitente (Mundial o Eurocopa) y no generan ingresos constantes.
23. La definición de mercado propuesta por las partes está en línea con los precedentes de la Comisión. La Comisión ha considerado también una segmentación del mercado de la televisión de pago atendiendo al tipo de contenido *premium* adquirido (películas, acontecimientos deportivos importantes) y a las distintas ventanas de retransmisión.
24. Asimismo, la Comisión distinguió entre películas de los estudios americanos y el resto de películas⁷. Además, consideró la existencia de mercados separados para las diversas

⁶ Por ejemplo, en el asunto COMP/M. 5121 - Newscorp / Premiere, la Comisión señaló que a pesar de que los derechos de televisión de pago y televisión en abierto se negocian al mismo tiempo, el tipo de contenido requerido por los operadores de televisión de pago es, en cierta medida diferente a la adquirida por los operadores de televisión en abierto. Véase también el asunto COMP/M.2876-*Newscorp/Telepiù*.

⁷ Véase, por ejemplo, la Decisión de la Comisión en el Caso M.2845 – *Sogecable/CSD/Vía Digital* y el caso M.2876 – *Newscorp/Telepiù*.

ventanas de retransmisión, que son las siguientes para la televisión de pago (en orden cronológico): (i) VoD, (ii) PPV, (iii) primera ventana (iv) segunda ventana⁸. En sus decisiones más recientes, la Comisión ha dejado abierta la definición exacta de los distintos mercados de producto⁹.

25. En lo que respecta al mercado para la adquisición de derechos de eventos deportivos, la Comisión ha considerado que el mercado de los derechos del fútbol debe ser distinguido del mercado de derechos de otros deportes, ya que el fútbol prevalece como el deporte más singularmente popular a través de la mayoría de Estados miembros¹⁰.
26. Con respecto al mercado de los derechos del fútbol, la distinción entre derechos de retransmisión de eventos futbolísticos que se disputan regularmente y derechos de retransmisión de eventos futbolísticos que se disputan de forma intermitente coincide con decisiones previas de la Comisión¹¹.

Mercado geográfico

27. Los precedentes de la Comisión consideran que el alcance geográfico del mercado de adquisición de contenidos para televisión de pago y el de los distintos submercados identificados anteriormente es nacional o delimitado por zonas lingüísticas¹². Las partes también apoyan una definición geográfica de mercado de alcance nacional.

Posición de las partes

28. DTS y Mediaset están presentes en el mercado de adquisición de derechos de retransmisión de películas americanas. Sin embargo, Mediaset sólo adquiere para televisión en abierto, mientras que Canal+ adquiere para la primera y segunda ventana de servicios lineales de televisión de pago. Por lo tanto, sus actividades solamente coinciden en el segmento referente a la adquisición de derechos para retransmisión no lineal (VoD/SVoD/PPV) donde ambas partes están activas.

⁸ Véase, por ejemplo, la Decisión de la Comisión en el caso M.2845 – *Sogecable/CSD/Vía Digital* y el caso M.4504 – *SFR/Télé2 France*.

⁹ Véase, por ejemplo, la Decisión de la Comisión en el caso M.5121 - *Newscorp/Premiere*; Case COMP/M.5533 - *Bertelsmann/KKR/JV*.

¹⁰ Véase por ejemplo, Decisión de la Comisión en el caso M.5932 – *News Corp/ BskyB* y caso M.4519 – *Lagardère/Sportfive*.

¹¹ Para las diferencias entre compra y venta de los deportes, fútbol y otros deportes, diferentes tipos de eventos y el pago y de televisión en abierto, véase, por ejemplo, la Decisión de la Comisión en el caso M.2483 - Grupo Canal + / RTL / GJCD / JV, en los párrafos 13, 19 y 20, respectivamente.

¹² Véase, por ejemplo, Decisión de la Comisión en el caso M. 5121 – *News Corp/Premiere*, caso M.2876 – *News Corp/Telepiu*; M. 2050 – *Vivendi/Canal +/Seagram*; caso M.2845 – *Sogecable/Canalsatelite Digital/Vía Digital*, y el caso M. 4504 – *SFR/Tele2 Francia*.

29. Según las partes, en España sólo los derechos de retransmisión referidos a la primera y segunda ventana se adquieren en exclusiva mientras los derechos de retransmisión de películas a través de VoD/SVoD/PPV están disponibles para varios operadores en términos no exclusivos. En el año 2009, el [40-50]% de las películas difundidas en España en la primera ventana se transmitieron por DTS.
30. Según la información proporcionada por las partes, DTS dispone de derechos exclusivos para la retransmisión en primera y segunda ventana de películas producidas por los siguientes estudios: Warner [...], Universal [...], Paramount [...], Disney [...], Sony [...] y Fox [...]. Como las partes indican, los operadores restantes no disponen de contratos en exclusiva similares por falta de recursos. Sólo adquieren en términos de no exclusiva, derechos para VoD/SVoD/PPV. De acuerdo con estimaciones de las partes, DTS sería el líder con el [70-80]% del número total de películas *premium* VOD/PPV que se emiten en España en 2009. La participación de Mediaset parece no ser importante, ya que en 2011 ofrecía sólo [...] películas en las que se trataba de un co-productor.
31. En lo que se refiere al mercado de los derechos de fútbol, los actuales propietarios de los derechos para la televisión de pago de los eventos futbolísticos nacionales que se disputan de forma regular en España (Liga española, Copa de SM el Rey, UEFA Champions League, UEFA European League) son:
- para la Liga y la Copa de SM El Rey, Mediapro para los operadores de televisión de pago y TVE y otros operadores regionales para televisión en abierto¹³. Mediapro también subcontrata los derechos de emisión a los operadores móviles de televisión, operadores de televisión en abierto y a DTS. Mediaset también está presente en este mercado con una presencia limitada en la retransmisión de acontecimientos futbolísticos¹⁴;
 - para la UEFA Champions League para las temporadas 2012/2013 a 2014/2015, DTS para la televisión de pago y TVE para la televisión en abierto;
 - para la UEFA Europa League para las temporadas 2009/2010 a 2011/2012 es DTS para la televisión de pago y Mediaset para la televisión en abierto, mientras que para las próximas temporadas 2012-2013 a 2014-2015 es Mediapro para televisión de pago y Mediaset para la televisión en abierto (a la espera de la adjudicación formal);
32. En cuanto a los derechos de partidos de fútbol que se disputan intermitentes de televisión en abierto en España, Mediaset ha adquirido los derechos de retransmisión de la Eurocopa de Naciones en 2012.
33. En lo que respecta al mercado para la adquisición de los derechos de otros eventos deportivos, DTS ha adquirido los derechos de retransmisión de la NBA de forma exclusiva y

¹³ DTS ha adquirido los derechos de retransmisión de los principales partidos de fútbol regulares para el Athletic de Bilbao (2012-2015), el Real Zaragoza (2012-2015) y de la Real Sociedad (2013-2015).

¹⁴ Mediaset acordó con Mediapro la retransmisión de los seis partidos de la Copa de SM El Rey.

Mediaset ha adquirido de DTS los derechos para la retransmisión de los partidos de la NBA en las temporadas [...].¹⁵

A.3. Producción y distribución de contenidos

Mercado de producto

34. En línea con los precedentes de la Comisión y de la autoridad española de competencia¹⁶, las partes definen los siguientes mercados de producto: (i) edición y distribución de canales temáticos para televisión de pago; (ii) producción y distribución de películas; (iii) producción y distribución de programas de televisión.

Mercado geográfico

35. Las partes hacen referencia a los mercados de comercialización de contenidos y consideran que dichos mercados tienen dimensión nacional.
36. Basándose en precedentes de la Comisión y atendiendo a las particularidades del mercado español, la CNC ha considerado en el pasado¹⁷ que el alcance geográfico del mercado para la edición y distribución de canales temáticos para televisión de pago es nacional puesto que los canales temáticos se editan y se comercializan teniendo en cuenta preferencias culturales. A pesar de que en España se comercializaran algunos canales no españoles, su integración en paquetes de televisión de pago se gestiona y negocia a escala nacional. Las autoridades Españolas de competencia han considerado que el mercado de producción y distribución de programas de televisión también tiene alcance nacional debido a razones lingüísticas y culturales. Sin embargo, la producción de películas se ha considerado de alcance europeo o mundial, aunque la distribución de películas tendría lugar normalmente a escala nacional.

Posición de las partes

37. Según la información proporcionada por las partes, su posición en el mercado para la producción y distribución de programas de televisión¹⁸ y en el mercado para la producción y distribución de películas¹⁹ no es significativa.

¹⁵ DTS ha adquirido los derechos de retransmisión de diversos eventos deportivos. Entre ellos, DTS adquirió: Tenis – e.g. Wimbledon, US Open, Australian Open, ATP World Tour 1000 –, Rugby (Trinations super 15) – Golf -- e.g. Master Augusta, US PGA Tour –, Athletics (Diamond League), y Hockey (Ice World cup 2012). Por otro lado, Mediaset adquirió derechos para Moto GP desde el [...] y la Americas' Cup World Series 2011-2012. Además, Mediaset adquirió de DTS los derechos de retransmisión de los partidos de semifinal y final de la Australian Open.

¹⁶ Véase, por ejemplo, la decisión de la Comisión en el caso M.1943 – *Telefónica/Endemol* y de la CNC en el caso N- 05098 *Sogecable/Prisa*.

¹⁷ Véase, por ejemplo, la decisión de la CNC en el caso N-05098 *Sogecable/Prisa*.

¹⁸ Tanto DTS y Mediaset producen contenidos para sí mismos, aunque también licencian parte de sus principales series de televisión. En particular, DTS ceder la licencia de su serie de televisión *Crematorio* a La Sexta.

38. Con respecto a la producción y distribución de canales temáticos para televisión de pago, sólo DTS opera en este mercado. DTS produce o edita 26 de los 93 canales temáticos de televisión de pago distribuidos en España²⁰. De estos canales, sólo [...] se ofrecen a otros operadores sobre una base no exclusiva²¹. Por el contrario, Mediaset distribuye sus canales para televisión en abierto en las plataformas de televisión de pago de forma gratuita²². Los competidores de DTS en este mercado sería Mediapro (Gol TV), Chellomulticanal (18 canales), Turner (8 canales) ABC de Disney, Fox, Iberia, las redes de Sony, Viacom Networks Universal, Iberia, Discovery, Eurosport y TVE.

A.4. Venta de espacio publicitario por televisión

Mercado de producto

39. Las partes proponen una definición de mercado que abarca la venta de espacio publicitario en distintos medios de comunicación (televisión, radio, prensa, Internet), ya que consideran que los grandes clientes compran espacio publicitario conjuntamente en un mix de medios. Además, las agencias de medios fomentan y facilitan la sustitución a través de los diversos medios de comunicación. No obstante, las partes proporcionan datos separados para el segmento de la televisión en línea con los precedentes de la Comisión.
40. Por el contrario, los precedentes de la Comisión identifican un mercado de producto separado para la venta/adquisición de espacio publicitario en televisión²³.

Mercado geográfico

41. La Comisión ha considerado en el pasado que el mercado para la venta/adquisición de espacio publicitario en televisión es de alcance geográfico nacional porque los anunciantes y

Mediaset cede la licencia de sus series de televisión ([...]) a ONO e Imagenio para la distribución de VoD a través de sus plataformas y DTS para la distribución de PPV. [...].

19 DTS no ha producido ninguna película desde 2008. Tanto DTS y Mediaset están presentes como inversores con el fin de cumplir con la obligación legal de invertir en la producción cinematográfica europea. Sólo DTS lleva a cabo actividades de distribución de películas, pero su cuota de mercado en 2011 fue aproximadamente [0-5]% de los ingresos cinematográfica española.

20 Canal+1, Canal+ 1 HD, Canal+2, Canal+...30, Canal+ Acción, Canal+ Acción HD, Canal+ Comedia, Canal+ DCine and Canal+DCine HD, Canal+ Golf, Sportmania, Canal+ Liga, Canal+ Liga HD, Canal+ Futbol, Canal+ Futbol HD, Canal+ Eventos, Canal+ Deportes, Canal+ Deportes HD, Canal+ Deportes HD2, Canal+ Liga 2, Abono Futbol, Canal+ Toros, Toros TV, DCine Español, Caza y Pesca, 40TV.

21 Canal+1, Abono Futbol, Sportmania, DCine Español, 40TV, Caza y Pesca.

22 Mediaset no está activa en el mercado de la distribución de canales para la televisión de pago.

23 Véase, por ejemplo, Decisión de la Comisión en el caso M.3579 – WPP/Grey.

agencias de medios necesitan anunciarse en medios nacionales y, por consiguiente, adquieren tiempo o espacio en televisiones nacionales²⁴.

Posición de las partes

42. DTS tiene una participación limitada en el mercado de la venta de espacios publicitarios de televisión (aproximadamente el [0-5]% sobre la base de los ingresos en 2010). Sin embargo, la publicidad es la principal fuente de ingresos para Mediaset. Sobre la base de la información proporcionada en el escrito motivado y teniendo en cuenta la salida de este mercado del operador público de televisión en abierto, TVE²⁵, se estima que la cuota de mercado de Mediaset ascienda a un [40-50]% en 2011.
43. Por otra parte, Publiespaña, filial de Mediaset, es el agente exclusivo para la comercialización de espacios publicitarios en Canal + (DTS).

B. Evaluación

44. Sobre la base de la información proporcionada por las partes en el escrito motivado, la transacción notificada constituye un candidato apropiado para la remisión por parte de la Comisión a la autoridad española de competencia de conformidad con el artículo 4(4) del Reglamento de control de concentraciones.
45. La transacción cumple los requisitos legales enunciados en el artículo 4(4) del Reglamento de control de concentraciones. La transacción constituye una concentración en el sentido del artículo 3 de dicho Reglamento, tiene dimensión europea y puede afectar significativamente la competencia en España, en el sentido del artículo 4(4) del Reglamento de control de concentraciones.
46. El análisis preliminar de la información proporcionada por las partes en el escrito motivado muestra que la transacción propuesta puede afectar significativamente (i) el mercado de la adquisición de contenidos para televisión y (ii) el mercado para la venta de espacio publicitario en televisión. Los demás mercados que se analizan en la Sección A de la presente decisión también se verán afectados²⁶.
47. En precedentes de la Comisión, así como la CNC han identificado los mercados afectados de ámbito nacional.

²⁴ Véase, por ejemplo, Decisión de la Comisión en el caso M.3579 – *WPP/Grey*.

²⁵ En 2009, el marco regulador español ha sido modificado de manera significativa. Una de estas modificaciones consiste en la prevención de la comercialización de espacios publicitarios por el operador público de TVE (ver Ley 8/2009, de 28 de Agosto, de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española).

²⁶ Efectos significativos en el resto de los mercados afectados que figuran en la sección A en España no se excluyen. La posibilidad de identificar otros mercados afectados en España no se excluye (por ejemplo, telementa, servicios de agencias de noticias / producción de canales de noticias).

48. El potencial efecto en la competencia de la operación de concentración propuesta en España se explica a continuación.

Efectos horizontales

49. La transacción propuesta deriva a solapamientos horizontales en el mercado español para la venta de espacios publicitarios de televisión. La transacción propuesta da lugar a una cuota de mercado combinada, en términos de ingresos, de [40-50]% en 2011, seguida de Antena 3 ([20-30]%), La Sexta ([10-20]%), los operadores regionales ([10-20]%) y otros ([5-10%])²⁷.
50. La transacción propuesta también da lugar a solapamientos horizontales en el mercado español para la televisión de pago para los canales no lineales (PPV, VOD). En términos de ingresos sobre el total de los servicios de televisión de pago, la cuota de mercado de DTS en 2011 en servicios no-lineales asciende a [30-40]%. Por otro lado, Mediaset ha puesto en marcha sus canales no lineales (VOD) en el año 2011 con unos ingresos totales por valor de [...] euros.
51. Por lo tanto, la concentración propuesta podría tener efectos significativos en el mercado intermedio para la adquisición de derechos de emisión de contenidos de televisión para la prestación de los servicios no lineales de televisión de pago (VOD / SVoD / PPV) en que ambas partes están activas.
52. La transacción propuesta podría eliminar la competencia potencial entre DTS y Mediaset en el mercado español de televisión de pago, ya que tras la fusión, Mediaset podría carecer de los incentivos para entrar en el mercado de televisión de pago.

Efectos verticales y de conglomerado

53. Como se ha indicado, la concentración propuesta podría tener efectos significativos en el mercado intermedio para la adquisición de derechos de emisión de contenidos de televisión (películas y contenidos deportivos). Como se ha descrito, DTS es probablemente el único operador en España presente en la adquisición de contenidos exclusivos para la edición/producción canales temáticos/*premium* para televisión de pago. La cuota de mercado de DTS en el mercado de la televisión de pago, medida en términos de abonados, fue de 39,9% en 2011. Por otro lado, la cuota de mercado de Mediaset, medida en términos de audiencia, fue de 20,3% en 2011. Tanto DTS y Mediaset están activos en la adquisición de derechos de emisión de películas y contenido deportivo, respectivamente, para la televisión de pago y televisión en abierto. Además, Mediaset concede de forma gratuita sus canales en las plataformas de televisión de pago.
54. A la vista de lo anterior, Mediaset podría interrumpir tras la operación la distribución de sus canales a los operadores de televisión de pago distintos de DTS. Además, DTS y Mediaset

²⁷ En vista de la salida del mercado del operador público de TVE, en el año 2012, no se ha tenido en cuenta a la hora de calcular la cuota de mercado en las ventas de espacio público en televisión.

podrían combinar sus recursos y, por lo tanto, tener un mayor potencial en la adquisición de más contenidos exclusivos y en la edición de más y mejores canales, incrementando así el atractivo de su oferta y, por lo tanto, fortaleciendo su posición de liderazgo en la televisión de pago mercado y el mercado de televisión en abierto.

VI. REMISIÓN

55. Sobre la base de la información proporcionada por las partes en el escrito motivado y en vista de lo anterior, el presente asunto cumple los requisitos legales enunciados en el artículo 4 (4) del Reglamento de control de concentraciones en tanto en cuanto la concentración propuesta puede afectar significativamente la competencia en varios mercados en un Estado miembro que presenten todas las características de mercados definidos. La Comunicación de la Comisión sobre la remisión de asuntos de concentraciones²⁸ (punto 17) indica que, al solicitar la remisión de conformidad con el artículo 4 (4), "*las partes solicitantes han de demostrar, esencialmente, que la operación puede tener una incidencia sobre la competencia en un mercado definido de un Estado miembro, incidencia que puede ser significativa y, por tanto, requerir un examen detenido*", y que "*Los indicios pueden tener un carácter meramente preliminar (...)*".
56. La Comisión considera, basándose en la información facilitada en el escrito motivado, que el principal impacto en la competencia de la concentración tendrá lugar en mercados definidos en España y que la remisión solicitada se ajustaría a lo dispuesto en el punto 20 de la citada Comunicación.
57. Más concretamente, la transacción propuesta puede tener efectos significativos en España en varios mercados que presentan todas las características de mercados definidos y especialmente en: el mercado de la televisión de pago, el mercado de la adquisición de contenidos y el mercado de la producción/edición de canales temáticos/*premium* para televisión de pago. Los precedentes europeos y nacionales han definido estos mercados como mercados de alcance geográfico nacional.

Factores adicionales

58. España parece ser el único país afectado Por lo tanto, incluso en caso de remisión, se preservaría el beneficio de la "ventanilla única".
59. Con anterioridad, la Comisión remitió a España una transacción similar en la que estaba involucrada Canal+/Digital+(Caso COMP/M.5748 - Prisa / Telefónica / Telecinco / Digital+). Asimismo, la Comisión remitió otros asuntos en mercados similares en el Caso COMP/M.5776 - Telecinco / Cuatro, y el asunto COMP/M.6547 - Antena3/La Sexta. La CNC ha adquirido una gran experiencia en estos mercados a través de sus investigaciones en los últimos años.

²⁸ OJ C 56, 05.03.2005, p.2.

VII. CONCLUSIÓN

60. Por las razones anteriormente expuestas y dado que España ha expresado su acuerdo, la Comisión ha decidido remitir la transacción en su totalidad para que sea examinada por la Comisión Nacional de Competencia. La presente decisión se adopta en aplicación del artículo 4 (4) del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo.

Por la Comisión Europea
(firmado)
Alexander ITALIANER
Director General