DECISIÓN DE LA COMISIÓN

de 17 de julio de 1996

relativa a un procedimiento de aplicación del Reglamento (CEE) nº 4064/89 del Consejo

(IV/M 553 — RTL/Veronica/Endemol)

(El texto en lengua inglesa es el único auténtico)

(96/649/CE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Reglamento (CEE) nº 4064/89 del Consejo, de 21 de diciembre de 1989, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas [1], y, en particular, el apartado 2 del artículo 8 y el artículo 22,

Previa consulta al Comité consultivo en materia de operaciones de concentración [2],

Considerando lo que sigue:

(1) El 21 de abril de 1995, la Comisión recibió del Gobierno neerlandés una solicitud, con arreglo al artículo 22 del Reglamento (CEE) nº 4064/89 del Consejo (Reglamento sobre operaciones de concentración) de examen de la propuesta de empresa en participación Holland Media Groep SA (HMG), que iba a tener lugar entre RTL4 SA (RTL), Vereniging Veronica Omroeporganisatie (Veronica) y Endemol Entertainment Holding BV (Endemol). El 20 de septiembre de 1995 la Comisión adoptó una Decisión [3] con arreglo al apartado 3 del artículo 8, en combinación con el artículo 22 del Reglamento sobre operaciones de concentración, por la que se declaraba la operación incompatible con el mercado común.

(2) En el momento en que se adoptó la Decisión la operación ya había tenido lugar: la empresa HMG había sido ya constituida, todos los activos le habían sido transferidos y la emisión de programas había comenzado el 1 de septiembre de 1995. La Comisión decidió no incluir en su Decisión con arreglo al apartado 3 del artículo 8 del Reglamento sobre operaciones de concentración ninguna medida de aplicación del apartado 4 de dicho artículo, y anunció que adoptaría una decisión independiente a fin de restablecer unas condiciones de competencia efectiva, invitando a terceros interesados a que propusieran medidas en este sentido.

I. Fundamento de la Decisión de 20 de septiembre de 1995 adoptada con arreglo al apartado 3 del artículo 8

(3) La Comisión llegó a la conclusión de que la constitución de HMG conduciría a la creación de una posición dominante en el mercado neerlandés de la publicidad televisada y al fortalecimiento de la posición de Endemol en el de la producción independiente de televisión, posición ya dominante en aquel momento.

(4) La Comisión llegó a la conclusión de que HMG ocuparía indiscutiblemente el primer lugar en el mercado neerlandés de la publicidad televisada, con una posición muy por encima de la de los demás competidores y con la posibilidad de neutralizar todo intento serio de competir por parte de empresas ya implantadas, lo que haría muy difícil la entrada de nuevos competidores. Esta conclusión se basaba principalmente en las cinco consideraciones siguientes:

— la combinación de las antiguas cadenas RTL4 y RTL5 con la nueva cadena comercial Veronica proporcionaría a HMG una enorme cuota de audiencia en el mercado televisivo neerlandés. Este factor era fundamental a la hora de determinar la posición de HMG en el mercado de la publicidad televisada;

— la combinación de las tres cadenas RTL4, RTL5 y Veronica permitiría a HMG coordinar su programación con el fin de atraer un máximo de televidentes y a los colectivos más interesantes para los anunciantes;

— utilizando RTL5 como canal de ofensiva, HMG podría neutralizar de forma directa la programación de las cadenas competidoras y entorpecer la entrada de nuevos competidores en el mercado, privándoles de todo margen de maniobra, como en el caso de SBS;

— HMG alcanzaría una cuota de mercado en el ámbito de la publicidad televisada de al menos un 60 %;

— el vínculo estructural con el mayor productor independiente de los Países Bajos, vínculo derivado de la participación de Endemol en HMG, proporcionaría a este último un acceso preferente a las producciones más importantes de Endemol y, consiguientemente, una nueva ventaja competitiva frente a otras entidades de difusión.

[1] DO nº L 395 de 30. 12. 1989, p. 1; tal como ha sido rectificado en el DO nº L 257 de 21. 9. 1990, p. 13.
[2] DO nº C 348 de 19. 11. 1996.
[3] DO nº L 134 de 5. 6. 1996, p. 32.

(5) Respecto al mercado neerlandés de la producción independiente de televisión, la Comisión llegó a la conclusión de que, ya antes de la operación de concentración, Endemol ocupaba en él una posición dominante. Como argumentos se adujeron la cuota de mercado de Endemol, de más de un 50 %, las cuotas de mercado mucho más bajas de sus competidores y otras bazas específicas de Endemol en el mercado de producción de programas de televisión, como el hecho de poner la mayoría de las fórmulas de programas más populares de los Países Bajos, un acceso preferente a fórmulas extranjeras y contratos con numerosos personajes populares de la televisión neerlandesa.

(6) A través de su participación en HMG, Endemol establecería un vínculo estructural que fortalecería sensiblemente su posición dominante en el mercado neerlandés de la producción de programas de televisión: este vínculo estructural con el futuro líder de la difusión en los Países Bajos proporcionaría una salida importante y segura a sus producciones, que de este modo serían invulnerables frente a los competidores.

II. Evolución posterior del mercado neerlandés de la teledifusión

(7) Desde la adopción de la Decisión con arreglo al apartado 3 del artículo 8 por parte de la Comisión, se han registrado importantes cambios en el panorama televisivo neerlandés. De resultas de la mencionada Decisión, Endemol renunció totalmente a su participación en HMG y, después, se asoció a un grupo de empresas, entre ellas Philips, ING Bank y KPN, y anunció el lanzamiento de una cadena deportiva, «Sport 7». Otras novedades en el ámbito de la televisión neerlandesa son la adquisición de la cadena Arcade por una de las principales empresas periodísticas del país, Wegener, y la participación de otro importante operador periodístico neerlandés, «de Telegraaf», en la cadena comercial SBS.

(8) En cuanto a las cuotas de mercado, en el período comprendido entre el 1 de septiembre de 1995 y el 29 de febrero de 1996, las cadenas de HMG han alcanzado una cuota media de audiencia del 39 %, cifra ligeramente inferior a las previsiones generales. En los últimos cuatro meses de 1995, la cuota de HMG en el mercado de la publicidad televisada oscilaba en torno al 60 %.

(9) En los dos primeros meses de 1996, la cuota de HMG en el mercado de la publicidad televisada giraba en torno al 58 %. Las entidades públicas de teledifusión alcanzaban desde septiembre de 1995 una cuota de audiencia del 39-40 %, y una cuota muy inferior al 40 % en el mercado de la publicidad televisada. SBS, que en el momento de la Decisión de la Comisión de septiembre de 1995 acababa de acceder al mercado neerlandés, aumentó su cuota de audiencia en el citado semestre del 3 al 5 %; su cuota en el mercado de la publicidad televisada era más o menos idéntica a su cuota de audiencia.

(10) Aunque se esperaba en general un aumento constante del mercado de la publicidad televisada, en los primeros meses de 1996 se ha producido un ligero descenso del gasto por tal concepto en comparación con el mismo período de 1995. De acuerdo con las empresas y asociaciones del sector, esto se debe al aumento del número de cadenas «generalistas» y a la incertidumbre con respecto al desarrollo del mercado en el futuro.

III. Modificación de la operación de concentración

(11) En primer lugar, el 5 de febrero de 1996 Endemol hizo pública su decisión de poner fin a su participación en HMG. El 3 de mayo de 1996, los restantes accionistas de HMG confirmaron a la Comisión que Endemol ya no era accionista en la empresa HMG. De acuerdo con el nuevo acuerdo, RTL obtendrá un 65 % de las acciones de HMG y Veronica un 35 %.

(12) En segundo lugar, HMG ha contraído una serie de compromisos con la Comisión: a partir del 1 de enero de 1997, HMG deberá poner fin a las actividades de RTL5 como cadena «generalista». Sin embargo, puede sustituirla por una cadena informativa (es decir, limitada esencialmente a la difusión de noticias y de programas relacionados con ellas) de acuerdo con las líneas generales del proyecto de plan de explotación presentado por HMG a la Comisión el 1 de mayo de 1996. De acuerdo con este plan, con el tiempo esta cadena pasaría a ser de pago. La mayoría de sus ingresos procederían de los pagos efectuados por telespectadores u operadores de cable. A petición de las partes, la Comisión podrá prorrogar tres meses el plazo de transformación de RTL5 en cadena informativa, si fuera absolutamente necesario, a fin de que las partes puedan llevar a cabo dicha transformación.

Durante un período de cinco años a partir de la adopción de la presente Decisión, HMG no podrá, sin el consentimiento previo de la Comisión, cambiar en lo esencial el carácter de la cadena informativa ni apartarse en lo esencial del citado plan.

IV. Evaluación

a) *Retirada de Endemol de HMG*

(13) La retirada de Endemol elimina el vínculo estructural entre el principal productor de programas de televisión de los Países Bajos y la principal entidad de teledifusión, vínculo que, de acuerdo con la Decisión de la Comisión, producía un fortalecimiento de la posición dominante de Endemol. La

retirada de esta empresa restablece, por lo tanto, las condiciones de competencia imperantes en el mercado de la producción de programas de antes de la presente operación de concentración. En este sentido, hay que hacer notar también que, a raíz de la retirada de Endemol de HMG, el acuerdo de producción que habían celebrado Endemol y HMG va a ser sustancialmente modificado. De acuerdo con las partes, el valor garantizado del suministro de producciones televisivas de HMG disminuirá del [...](1) al [...](2) del valor de las necesidades de HMG de programas en lengua neerlandesa. Por otro lado, HMG ya no tendrá un derecho preferente sobre las fórmulas de programas o estrellas de televisión de Endemol. Aunque el acuerdo de producción no formaba parte de la presente operación de concentración, por lo que no entraba en el procedimiento incoado con arreglo al Reglamento sobre operaciones de concentración (si bien puede ser notificado con arreglo al Reglamento nº 17), la modificación prevista del mismo refleja el cambio que se ha producido en las relaciones entre HMG y Endemol.

(14) La retirada completa de Endemol de HMG también influirá considerablemente en la posición de la empresa en el mercado de la publicidad televisada en los Países Bajos. HMG ya no tendrá un acceso preferente a las producciones de Endemol, como sucedía cuando existía un vínculo estructural entre ambas empresas. Esto se refleja también en el hecho de que, con arreglo al acuerdo de producción modificado, HMG ya no tendrá un derecho preferente sobre las producciones de Endemol. Por otro lado, la retirada de Endemol de HMG le permitió crear con otros socios un nuevo canal deportivo que puede convertirse en un importante competidor en el mercado de la publicidad televisada en los Países Bajos.

b) *Transformación de RTL5 en una cadena informativa*

(15) La Comisión considera que, a raíz de la retirada de Endemol de HMG y a otros acontecimientos que han tenido lugar en el mercado, la transformación de RTL5 en una cadena informativa constituye una medida apropiada y suficiente para restablecer de forma efectiva la competencia en el mercado publicitario neerlandés. Esta conclusión se basa en las siguientes consideraciones:

— cabe esperar que la cuota de mercado de HMG, que, en la actualidad, es de un 58 % aproximadamente, disminuya a un nivel parecido al que tenían RTL4 y RTL5 antes de la creación de HMG, que era de alrededor del 50 %. La actual cuota de mercado de RTL5 en el mercado de la publicidad gira en torno al 9 %. Puede preverse que la cuota de mercado de la nueva cadena informativa con un pequeño presupuesto sea inferior al 2 %. Además las actividades publicitarias que constituyen la base de esta cuota de mercado, estarán probablemente destinadas a un grupo específico de telespectadores, al que no se pretende todavía llegar como a los demás. De ello se deduce que probablemente casi toda la actual cuota de mercado de RTL5 se liberará, y se abrirá el mercado a los competidores. Aunque es muy posible que una parte de ella sea absorbida por las otras dos cadenas «generalistas» de HMG, el abandono de lo esencial del potencial publicitario de RTL 5 reducirá la cuota de mercado de HMG a un nivel claramente por debajo del 55 %. Es de esperar también que el acceso al mercado de la nueva cadena deportiva suponga un nuevo descenso significativo de las cuotas de mercado de HMG;

— tras la conversión de RTL5 en una cadena informativa, HMG sólo contará ya con dos cadenas «generalistas» con una programación coordinada, lo que proporcionará mayores oportunidades a competidores como SBS;

— además, HMG ya no podrá utilizar RTL5 como «canal de ofensiva» destinado a neutralizar la programación de las cadenas competidoras.

V. Conclusión

(16) A raíz de la notificación de la presente operación de concentración, y siempre que se cumplan íntegramente los compromisos contraídos por las partes, la Comisión puede declarar la operación de concentración compatible con el mercado común,

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

Artículo 1

Se declara compatible con el mercado común la operación de concentración consistente en la creación de la empresa en participación Holland Media Groep, en su versión modificada, siempre que se cumplan íntegramente las condiciones y obligaciones contenidas en los compromisos contraídos por las partes con la Comisión, expuestos en el considerando 12 de la presente Decisión.

Artículo 2

Los destinatarios de la presente Decisión serán:

1) Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion S.A. (CLT)
45, Boulevard Pierre Frieden
L-1543 Luxemburgo

(1) Secreto de negocios.
(2) Secreto de negocios.

2) N.V. Verenigd Bezit VNU (VNU)
Ceylonpoort 5-25
2036 AA Haarlem
Países Bajos

3) RTL4 sa
Villa Louvigny
Allée Marconi
L-2850 Luxemburgo

4) Veronica Omroeporganisatie (VOO) B.V.
Laapersveld 75
1213 VB Hilversum
Países Bajos

5) Endemol Entertainment Holding
Zevenend 45
1251 RL Laren
Países Bajos.

Hecho en Bruselas, el 17 de julio de 1996.

Por la Comisión

Karel VAN MIERT

Miembro de la Comisión