

COMISIÓN

DECISIÓN DE LA COMISIÓN

de 19 de abril de 2001

relativa a un procedimiento con arreglo al artículo 81 del Tratado CE y al artículo 53 del Acuerdo
EEE

(Asunto 37 576 — Reglamento sobre retransmisiones de la UEFA)

[notificada con el número C(2001) 1023]

(El texto en lengua inglesa es el único auténtico)

(Texto pertinente a efectos del EEE)

(2001/478/CE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo,

Visto el Reglamento nº 17 del Consejo, de 6 de febrero de 1962, primer Reglamento de aplicación de los artículos 85 y 86 del Tratado ⁽¹⁾, cuya última modificación la constituye el Reglamento (CE) nº 1216/1999 ⁽²⁾, y, en particular, su artículo 2,

Vista la solicitud de declaración negativa y la notificación destinada a obtener una exención, registrada el 19 de julio de 1999 y modificada el 5 de abril de 2000 de conformidad con el artículo 2 y el apartado 1 del artículo 4 del Reglamento nº 17,

Visto el resumen de la notificación publicado ⁽³⁾ de conformidad con el apartado 3 del artículo 19 del Reglamento nº 17,

Previa consulta al Comité consultivo en materia de prácticas restrictivas y posiciones dominantes,

Considerando lo siguiente:

1. HECHOS

- (1) La presente Decisión se refiere a las normas de la Unión Europea de Fútbol Asociación (UEFA) que regulan la difusión de partidos de fútbol, a saber, el «Reglamento de aplicación del artículo 47 de los Estatutos de la UEFA, edición de 2000» (Reglamento sobre retransmisiones), que aplica el artículo 47 de los Estatutos de la UEFA. En los territorios de las asociaciones miembros de la UEFA, el Reglamento sobre retransmisiones confiere a las asociaciones nacionales de fútbol la posibilidad de bloquear un número muy limitado de horas durante las cuales no se puede retransmitir fútbol por televisión. El Reglamento sobre retransmisiones pretende ofrecer a las asociaciones nacionales de fútbol una oportunidad limitada de programar los partidos de fútbol nacionales en horarios en los que no puedan verse perturbados por la retransmisión simultánea de partidos de fútbol que pueda perjudicar a la asistencia a los estadios y a la participación de la afición en el deporte.

⁽¹⁾ DO 13 de 21.2.1962, p. 204/62.

⁽²⁾ DO L 148 de 15.6.1999, p. 5.

⁽³⁾ DO C 121 de 29.4.2000, p. 14.

- (2) La UEFA es una organización internacional de 51 asociaciones nacionales de fútbol. Tiene su sede en Nyon, Suiza. Puede ser miembro de la UEFA cualquier asociación nacional europea de fútbol. Por regla general, sólo hay una asociación en cada Estado miembro del EEE, que organiza el deporte en el ámbito nacional, con excepción del Reino Unido, en donde, por razones históricas, Inglaterra, el País de Gales, Escocia e Irlanda del Norte tienen cada una su propia asociación. En su calidad de confederación europea reconocida por la FIFA (Fédération Internationale de Football Associations), la UEFA es el organismo rector del fútbol europeo. La UEFA organiza también competiciones y torneos internacionales de fútbol en el ámbito europeo tales como el Campeonato europeo de fútbol de la UEFA, la Liga de campeones de la UEFA y la Copa de la UEFA.
- (3) La UEFA promulgó por vez primera un Reglamento sobre retransmisiones en 1988. Estas normas, notificadas a la Comisión el 19 de mayo de 1992 ⁽⁴⁾, se modificaron en varias ocasiones a lo largo de los años y han sido denunciadas por varios organismos de radiodifusión ⁽⁵⁾. Los denunciantes consideraban que las normas restringían la competencia, inquietud que era compartida por la Comisión. Ésta, junto con las partes, intentó encontrar una solución amistosa que fuera también compatible con la normativa comunitaria de competencia. Se designó a un mediador en 1994 que concluyó en 1996 que no podía llegarse a un compromiso.
- (4) El 16 de julio de 1998, la Comisión publicó un pliego de cargos que afirmaba que el Reglamento sobre retransmisiones aplicable en aquella época constituía una infracción del apartado 1 del artículo 81 y del apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE y que no podía acogerse a una exención en virtud del apartado 3 del artículo 81 y el apartado 3 del artículo 53 del Acuerdo EEE.
- (5) En respuesta al pliego de cargos, el 15 de octubre de 1998, la UEFA presentó una propuesta de nuevo Reglamento sobre retransmisiones. Basándose en esta propuesta, la UEFA adoptó un nuevo Reglamento sobre retransmisiones el 2 de julio de 1999, que sustituía al que había sido objeto del pliego de cargos y fue notificado a la Comisión el 19 de julio de 1999. Con dicho motivo, la UEFA retiró asimismo su notificación de 1992.
- (6) Tras examinar el nuevo Reglamento sobre retransmisiones de la UEFA, de 2 de julio de 1999, la Comisión consideró que se precisaban nuevas modificaciones. Por carta de 14 de febrero de 2000, insistió en que la UEFA redujera más el margen de las asociaciones nacionales para vetar la retransmisión de fútbol. En especial, el texto y la aplicación del apartado 3 del artículo 3 del Reglamento sobre retransmisiones planteaban dificultades. El apartado 3 del artículo 3 de dicho Reglamento exigía que las asociaciones nacionales proporcionaran la prueba de que las horas vetadas según el apartado 1 del artículo 3 correspondían realmente al calendario principal de la temporada nacional. Estas dificultades se debían a que el Reglamento sobre retransmisiones no definía con precisión el calendario principal de la temporada nacional. Así era muy difícil verificar si las asociaciones nacionales cumplían con la obligación de vetar solamente horas que correspondían al calendario principal de la temporada nacional.
- (7) La Comisión pidió por lo tanto a la UEFA que definiera claramente el calendario principal de la temporada nacional. También pidió que se estableciera una regla clara e inequívoca de que las horas vetadas deben corresponder al calendario principal de la temporada nacional. La Comisión insistió en que el calendario principal de la temporada nacional ocupa tradicionalmente un día del fin de semana, el sábado o el domingo, y un partido de fútbol dura 2 x 45 minutos con una interrupción de 15 minutos en la mitad, en total unas 2 horas. Por lo tanto, la Comisión solamente aceptó que se autorizara a las asociaciones nacionales a vetar horas el sábado o el domingo, y solamente durante las dos horas y media que dejan a los espectadores el suficiente tiempo para desplazarse al estadio y volver, y asistir al partido sin tener que preocuparse por no poder ver un partido de fútbol interesante en televisión. La Comisión pidió estas modificaciones porque la existencia de una norma clara relativa al calendario principal de la temporada nacional, así como una aplicación estricta del requisito de proporcionar la prueba por las asociaciones nacionales, evitaría el problema que plantea el vetar un número excesivo de horas. Además, la Comisión consideró que la estrecha relación con el

⁽⁴⁾ Registrado como asunto IV/C-2/34.319.

⁽⁵⁾ Los denunciantes eran: asunto IV/33145 — Independent Television Association Limited (ITVA), denuncia de 5 de abril de 1989; asunto IV/33734 — Gestelevision, denuncia de 24 de octubre de 1990; asunto IV/34199 — British Soy Broadcasting Limited (BSkyB), denuncia de 28 de enero de 1992; asunto IV/34784 — Channel Four Television, denuncia de 13 de julio de 1993; asunto IV/34790 — Canal+ SA, denuncia de 16 de julio de 1993; asunto IV/34948 — Teletipiù srl, denuncia de 13 de diciembre de 1993; asunto IV/35001 — CWL Telesport, denuncia de 16 de febrero de 1994; asunto IV/35048 — Telecinco SA, denuncia de 22 de marzo de 1994; asunto IV/37350 — Asociación de televisión comercial en Europa (ACT); denuncia de 16 de diciembre de 1998; asunto IV/37461 — Channel 5 Broadcasting Limited, denuncia de 6 de abril de 1999.

calendario principal de la temporada nacional, que es un calendario poco elástico, significa que las asociaciones nacionales de fútbol vetarían las mismas horas cada año, ofreciendo condiciones estables para la retransmisión del fútbol.

- (8) La UEFA aceptó la petición de la Comisión y le informó, por carta de 5 de abril de 2000, de la modificación del artículo 3 del Reglamento sobre retransmisiones de conformidad con la petición de la Comisión. La carta de 5 de abril de 2000 también constituía una notificación formal de la modificación del artículo 3. Con arreglo a lo dispuesto en el artículo 9 del Reglamento sobre retransmisiones, éste fue aprobado por el Comité ejecutivo de la UEFA el 31 de marzo de 2000 y entró en vigor el 1 de agosto de 2000.

1.1. Normas de la UEFA sobre la retransmisión de fútbol

1.1.1. Edición de 2000 de los Estatutos de la UEFA

- (9) Las normas sustantivas de la UEFA sobre difusión están recogidas en el Reglamento sobre retransmisiones. El Comité ejecutivo de la UEFA promulga este Reglamento sobre retransmisiones en virtud del apartado 2 del artículo 47 de sus estatutos. El artículo 47 de los Estatutos de la UEFA faculta al Comité ejecutivo de la UEFA para promulgar un Reglamento sobre retransmisiones por el que se aplica el derecho de la UEFA y de las asociaciones miembros a autorizar retransmisiones futbolísticas contemplado en el apartado 1 del artículo 47:

«1. La UEFA y las asociaciones miembros tendrán los derechos exclusivos para autorizar la difusión de retransmisiones de televisión y radio, así como cualquier otro uso y difusión de imagen y sonido, directo o grabado, del total o de una parte, de los partidos que sean de su jurisdicción.

2. El Comité ejecutivo promulgará un reglamento de aplicación de estos derechos.».

1.1.2. El Reglamento sobre retransmisiones de 31 de marzo de 2000

- (10) El objeto del Reglamento sobre retransmisiones es asegurarse de que no se disuade a los espectadores de asistir a partidos de fútbol del tipo que sea, o de participar en partidos de aficionados y juveniles, debido a las retransmisiones⁽⁶⁾ de fútbol, que pueden competir con estos partidos⁽⁷⁾. Puesto que algunas asociaciones nacionales de fútbol no temen los posibles efectos negativos de las retransmisiones de fútbol, el Reglamento sobre retransmisiones no obliga a las asociaciones nacionales de fútbol a vetar horas en su territorio. No obstante, las asociaciones nacionales tienen la obligación de respetar las horas vetadas de otras asociaciones nacionales cuando venden derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos en los territorios de asociaciones nacionales que sí han vetado horas⁽⁸⁾.
- (11) Según el apartado 1 del artículo 3, cada asociación miembro puede decidir que se prohíba la retransmisión de fútbol en su territorio por espacio de dos horas y media un sábado o un domingo. La prohibición sólo se aplica a las retransmisiones intencionales⁽⁹⁾. Con arreglo al apartado 3 del artículo 3, esas dos horas y media tienen que corresponder al calendario principal de la temporada nacional de la asociación miembro. El apartado 4 del artículo 3 define el calendario principal de la temporada nacional como el tiempo en que se juega la mayoría (es decir, el 50 % o más) de los partidos de fútbol semanales en las dos divisiones superiores nacionales. Estos partidos pueden ser profesionales o no. La temporada nacional principal comienza con el primer partido del campeonato nacional de liga y termina con el último partido del campeonato nacional de liga. Para evitar cualquier duda, cualquier prohibición del fútbol en virtud del apartado 1 del artículo 3 solamente puede aplicarse durante la temporada de fútbol notificada a la UEFA. El requisito de que las asociaciones nacionales solamente veten horas durante la temporada en que realmente se juega al fútbol en su territorio también significa que, si por ejemplo, en un país no se juega al fútbol en invierno por razones climatológicas, la asociación nacional de fútbol no puede prohibir la retransmisión televisiva de fútbol durante ese período.

⁽⁶⁾ El apartado 2 del artículo 1 del Reglamento sobre retransmisiones se refiere a «cualquier transmisión o reproducción de un partido de fútbol por cualquier técnica de transmisión actual o futura (incluido, aunque no de forma exclusiva, a través de Internet) [...]».

⁽⁷⁾ Apartado 1 del artículo 2 del Reglamento sobre retransmisiones.

⁽⁸⁾ Artículo 5 del Reglamento sobre retransmisiones.

⁽⁹⁾ La UEFA define el concepto de «difusión intencional» como la realizada específicamente para un determinado territorio, por ejemplo, en lo que se refiere a lengua y/o contenido.

- (12) Si las asociaciones miembros deciden recurrir a la posibilidad de bloquear la difusión del fútbol en su territorio, el apartado 2 del artículo 3 obliga a las asociaciones nacionales a adoptar esta decisión en el plazo máximo de un mes antes del comienzo de su temporada nacional. Cualquier modificación de las horas vetadas sólo puede decidirse con efectos a partir de la siguiente temporada de fútbol, y por lo menos un mes antes de que comience la nueva temporada. De acuerdo con el apartado 3 del artículo 3, todas las decisiones de las asociaciones nacionales de fútbol relativas a las horas vetadas deben comunicarse a la UEFA por escrito en la fecha de la decisión que publique la información pertinente ⁽¹⁰⁾. Según el apartado 5 del artículo 3, las asociaciones nacionales tienen la obligación de suministrar a la UEFA, por lo menos un mes antes del comienzo de la temporada nacional de fútbol, una copia de la(s) lista(s) pertinente(s) de partidos nacionales que justifique la elección de las horas vetadas y especifique el comienzo y el final de la temporada de fútbol nacional. En caso de que la asociación miembro no hubiera comunicado a la UEFA dentro del plazo su decisión relativa a las «horas vetadas», esa temporada no se aplicaría ninguna restricción a las retransmisiones de fútbol por televisión para esa asociación miembro.
- (13) Con arreglo al apartado 6 del artículo 3, las disposiciones relativas a los períodos vetados no se aplican a la retransmisión de fútbol durante programas no deportivos, tales como programas informativos que incluyan extractos cortos (grabados) de partidos de fútbol ⁽¹¹⁾.
- (14) Algunos partidos de fútbol concretos pueden ser retransmitidos durante los períodos vetados ⁽¹²⁾. Las asociaciones miembros tienen que notificar a la UEFA con 45 días de antelación, por lo menos, las fechas y horas de comienzo de los partidos que pueden ser excepcionalmente retransmitidos durante los períodos vetados ⁽¹³⁾. Dado el carácter excepcional de los partidos que entran en el ámbito de esta disposición, en la práctica solamente se aplica de forma muy limitada ⁽¹⁴⁾. Si una asociación miembro permite la retransmisión de un partido, incluido alguno de las categorías mencionadas, no puede oponerse a la recepción de una retransmisión de cualquier otro partido jugado en el territorio de otra asociación de fútbol.
- (15) Las asociaciones nacionales no pueden discriminar los partidos de fútbol de otros países y el Reglamento sobre retransmisiones se aplica por igual a los partidos nacionales y extranjeros ⁽¹⁵⁾. Las asociaciones nacionales de fútbol tienen la responsabilidad de asegurarse de que todas las partes cumplen rigurosamente las disposiciones contenidas en el Reglamento sobre retransmisiones ⁽¹⁶⁾. El órgano de control y disciplina de la UEFA puede imponer medidas disciplinarias o directrices a las asociaciones miembros que hayan incurrido en una infracción del Reglamento sobre retransmisiones. Además, la UEFA puede imponer medidas administrativas según el vigente sistema de gravámenes acordado por las asociaciones miembros ⁽¹⁷⁾.

1.2. Comentarios presentados por los terceros interesados

- (16) La Comisión publicó una Comunicación en el *Diario Oficial de las Comunidades Europeas* de conformidad con el apartado 3 del artículo 19 del Reglamento n° 17 ⁽¹⁸⁾ que dio lugar a reacciones por parte de siete terceros interesados. Las observaciones remitidas por los denunciantes y terceros interesados pueden resumirse de la siguiente manera:

⁽¹⁰⁾ La UEFA ha publicado esta información en su página principal de Internet: <http://www.uefa.com>.

⁽¹¹⁾ La UEFA ha aclarado que con ello se refiere a noticiarios, entretenimiento, programas biográficos y retrospectivas que pueden incluir extractos cortos de partidos de fútbol.

⁽¹²⁾ Apartado 2 del artículo 4 del Reglamento sobre retransmisiones:

- 1) partidos en los que participa la selección nacional absoluta,
- 2) partidos que se deben retransmitir en directo con arreglo a la legislación nacional, y
- 3) cualquier otro partido de importancia nacional.

⁽¹³⁾ Apartado 3 del artículo 4 del Reglamento sobre retransmisiones.

⁽¹⁴⁾ Durante la temporada de fútbol 1999/2000, solamente tres asociaciones nacionales aplicaron esta excepción para nueve partidos. Para la temporada 2000/01 ninguna asociación nacional ha notificado partidos (a 18 de octubre de 2000).

⁽¹⁵⁾ Apartado 2 del artículo 2 del Reglamento sobre retransmisiones.

⁽¹⁶⁾ Artículo 5 del Reglamento sobre retransmisiones.

⁽¹⁷⁾ Artículo 7 del Reglamento sobre retransmisiones.

⁽¹⁸⁾ DO C 121 de 29.4.2000, p. 14. Solamente ACT, Canal+, Gestevision Telecinco SA, Channel Four Television y Channel 5 Broadcasting Limited mantuvieron sus denuncias tras haber sido invitados por carta a responder a la Comunicación publicada en el Diario Oficial con arreglo al apartado 3 del artículo 19 del Reglamento n° 17. Respecto al resto de los denunciantes, se considera que han dejado de serlo puesto que no se han manifestado.

- (17) Aunque reconocen ⁽¹⁹⁾ que el Reglamento sobre retransmisiones de 31 de marzo de 2000 constituye una mejora respecto a anteriores versiones, los terceros interesados siguen considerando que restringe la competencia a los efectos del apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE y del apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE y alegan que la UEFA no ha aportado pruebas que justifiquen una exención con arreglo al apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE y del apartado 3 del artículo 53 del Acuerdo EEE, es decir que la UEFA no ha demostrado que la retransmisión televisiva de fútbol tenga efectos negativos en la asistencia a los estadios o en la participación de los aficionados en el deporte. Alegan que el Reglamento sobre retransmisiones no debería aplicarse a la televisión de pago, dado el escaso número de abonados que esta televisión sigue registrando y, por tanto, su escasa repercusión.
- (18) Además, afirman que el Reglamento sobre retransmisiones hace que la adquisición de derechos de difusión de partidos de fútbol en directo sea más aventurada ya que las asociaciones nacionales sólo tienen que decidir las horas vetadas un mes antes de que empiece la temporada de fútbol. Consideran que esto es especialmente problemático puesto que los organismos de radiodifusión tienen que realizar sus contratos con varios años de antelación, sin tener garantías de que las asociaciones de fútbol no vayan a cambiar el calendario de sus principales partidos y su correspondiente período de bloqueo.
- (19) Los organismos británicos de radiodifusión alegan que se les plantea un problema particular por el hecho de que existen cuatro asociaciones nacionales en el Reino Unido que no tienen la obligación de coordinarse para establecer sus horas vetadas y que podrían bloquearlas por separado, con lo que harían muy difícil la retransmisión de fútbol en este país. Existe también la preocupación entre los organismos de radiodifusión británicos de no poder beneficiarse de la aplicación del artículo 4, que sirve para atenuar la restricción del artículo 3, ya que establece una excepción a las horas vetadas para los «partidos de importancia nacional». Alegan que cada una de las cuatro asociaciones nacionales de fútbol del Reino Unido tiene intereses propios y que aunque una asociación nacional pueda conceder una exención para la retransmisión de un partido, ésta no se aplicará a las demás asociaciones nacionales, con lo que la retransmisión resultaría imposible en esas otras regiones.
- (20) Algunos organismos de radiodifusión aducen que la evolución tecnológica dará lugar en breve a que los organismos de radiodifusión puedan retransmitir en toda Europa. En el peor de los casos, tendrán que respetar las diferentes horas vetadas en diversas jurisdicciones, lo que dificultará las retransmisiones transfronterizas. Por otra parte, el Reglamento sobre retransmisiones también afectará a los nuevos servicios ofrecidos a través de Internet, la televisión a la carta y de pago, y a otros servicios multimedia. Contrariamente a la televisión convencional, la transmisión de partidos de fútbol a través de Internet podría recibirse a la carta las veinticuatro horas del día, no sólo durante las horas de programación. Alegan que la recepción de las retransmisiones de Internet no tiene límites geográficos. Por consiguiente, según ellos, para cumplir el Reglamento sobre retransmisiones, un proveedor de servicios de Internet tendría que respetar todos los períodos vetados de todas las asociaciones miembros. De esta forma, el proveedor tendría que bloquear las retransmisiones durante los períodos vetados de cada asociación miembro y desbloquear las retransmisiones durante los períodos libres. Este procedimiento no resulta sensato desde el punto de vista económico para los proveedores de Internet. Además, va en detrimento del progreso tecnológico de los servicios multimedia en Europa y restringiría drásticamente el desarrollo de las retransmisiones deportivas a través de nuevos servicios como Internet.

2. EVALUACIÓN JURÍDICA

2.1. Mercado de productos de referencia

2.1.1. Argumentación de la UEFA

- (21) La UEFA no ofreció ninguna definición de los mercados de productos de referencia en su notificación. Solamente declaró que las normas sobre retransmisiones producen «un efecto en el fútbol y en la difusión».

2.1.2. Mercados potencialmente afectados

- (22) La Comisión considera que el Reglamento sobre retransmisiones de la UEFA podría afectar potencialmente a los siguientes mercados:

⁽¹⁹⁾ Como quedó ilustrado en agosto de 2000 en el sitio Web de Canal+, donde esta cadena afirmaba que era nada menos que un «acontecimiento mundial» que pudiera retransmitir ahora en directo los partidos de 1ª división inglesa en Dinamarca el sábado por la tarde, vetado durante más de 30 años. Canal+ afirma que esta novedad es el resultado de varios años de diálogo con DBU, la UEFA y la Unión Europea, gracias al cual se han logrado normas de difusión menos restrictivas. Así, Canal+ retransmitirá en directo partidos de fútbol de 1ª división los sábados, domingos y lunes.

- el/los mercado(s) anterior(es) de adquisición de derechos de difusión de la televisión convencional y de pago,
 - los mercados posteriores en los que los organismos de radiodifusión compiten por la audiencia, por los ingresos de publicidad que dependen de los índices de audiencia, y por los abonados a la televisión de pago.
- (23) La Comisión considera además que el Reglamento sobre retransmisiones de la UEFA podría afectar potencialmente a los derechos de difusión por Internet y a los servicios minoristas de contenidos de Internet. No obstante, por el momento la difusión en flujo continuo de señales de vídeo por Internet no constituye una verdadera opción alternativa o complementaria de la retransmisión televisiva de partidos de fútbol. La tecnología de transmisión de vídeo en flujo continuo por Internet para los consumidores no está aún a punto y su valor económico sigue siendo bastante limitado. La Comisión no conoce ningún servicio que ofrezca la transmisión en flujo continuo integral y en directo por Internet de partidos de fútbol o que se proponga hacerlo en un futuro próximo. Por consiguiente, en la actualidad no existe un servicio para el que el Reglamento sobre retransmisiones pueda suponer una restricción apreciable. Aunque es posible que esta situación cambie en el futuro si se generaliza el acceso a la capacidad de transmisión necesaria, en la actualidad no es preciso, a efectos de la presente Decisión, examinar con más detenimiento los derechos de difusión de fútbol en Internet ni los servicios al por menor de contenidos de Internet o la publicidad relacionada con éstos.

2.1.3. El mercado anterior de adquisición de derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos

- (24) Las preferencias del espectador son decisivas para la política de compras de todos los tipos de organismos de radiodifusión y determinan, por lo tanto, el valor de un programa para éstos⁽²⁰⁾. La Comisión observa que todos los organismos de radiodifusión son consumidores reales o potenciales de derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos y que el fútbol tiene para todos ellos la misma importancia en cualquier mercado⁽²¹⁾. Los organismos de radiodifusión de servicio público adquieren programas para lograr una amplia audiencia de conformidad con sus obligaciones de servicio público. Los organismos de radiodifusión que emiten en abierto y que se financian total o parcialmente mediante los ingresos de publicidad compran programas para captar una amplia audiencia y venden a los anunciantes la oportunidad de acceder a esta audiencia. Los operadores de televisión de pago compran programas para captar abonados a sus servicios.
- (25) Aunque todos los organismos de radiodifusión compiten para obtener derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos, la actual tendencia es que los derechos de difusión integral de partidos en directo se venden cada vez más a operadores de televisión de pago y que los organismos de radiodifusión convencionales adquieren derechos para la retransmisión en diferido de partidos de fútbol o la difusión de resúmenes. La explicación es que los operadores de televisión de pago suelen poder permitirse pagar más caros los derechos de difusión que los operadores que emiten en abierto, porque éstos tienen más limitaciones presupuestarias. Aunque, en anteriores Decisiones⁽²²⁾, la Comisión ha definido la televisión de pago como un mercado aparte no es preciso, en el presente caso, analizar por separado el mercado de la televisión de pago y el de la televisión convencional para medir los efectos del Reglamento sobre retransmisiones en el mercado de la difusión, puesto que dicho Reglamento se aplica a todos los tipos de transmisión de fútbol.

⁽²⁰⁾ Del mismo modo que la sustituibilidad de los clientes determina el mercado anterior del suministro de servicios interactivos digitales de televisión por los proveedores de servicios a los proveedores de contenidos, tal y como manifestó la Comisión en su Decisión, de 15 de septiembre de 1999 — asunto 36 539 — British Interactive Broadcasting/Open (DO L 312 de 6.12.1999, p. 1).

⁽²¹⁾ Decisión de la Comisión, de 20 de septiembre de 1995, RTL/Veronica/Endemol (DO L 134 de 5.6.1996, p. 32) y Decisión de la Comisión, de 3 de marzo de 1999, TPS (DO L 90 de 2.4.1999, p. 6).

⁽²²⁾ Véanse las siguientes Decisiones de la Comisión:

Decisión de la Comisión, de 2 de agosto de 1994 (IV/M.410 — Kirch/Richmond/Telepiù) (DO C 225 de 13.8.1994, p. 3).

Decisión 94/922/CE de la Comisión, de 9 de noviembre de 1994 (IV/M.469 — MSG Media Service) (DO L 364 de 31.12.1994, p. 1).

Decisión de la Comisión, de 3 de agosto de 1999 (COMP/M.1574 — Kirch/Mediaset) (DO C 255 de 8.9.1999, p. 3).

Decisión de la Comisión, de 21 de marzo de 2000 (COMP/JV.37 — BSkyB/KirchPayTV) (DO C 110 de 15.4.2000, p. 45).

Decisión de la Comisión en el asunto RTL/Veronica/Endemol; véase la nota 21.

Decisión de la Comisión en el asunto TPS; véase la nota 21.

Decisión de la Comisión, de 12 de mayo de 2000 (IV/32.150 — Eurovision) (DO L 151 de 24.6.2000, p. 18).

- (26) El ámbito del mercado de los derechos de difusión puede delimitarse por el número de programas que puede lograr un propósito deseado. Por lo tanto, la sustituibilidad puede comprobarse analizando hasta qué punto otros programas logran este propósito. Si un tipo específico de programa puede regularmente alcanzar cifras altas de audiencia, audiencias específicas o proporcionar una imagen de marca, que no logran otros programas, entonces cabe considerar que estos programas constituyen un mercado de referencia diferente, puesto que no existen programas que ejerzan una restricción competitiva sobre la capacidad de los titulares de los derechos de televisión para determinar el precio de estos derechos.
- (27) Hasta la fecha la Comisión no ha definido los derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos como un mercado de productos de referencia diferente. En fechas recientes, la Comisión comprobó, en relación con el caso TPS, que existe un consenso unánime en que el cine y el deporte constituyen los dos productos emblemáticos de la televisión de pago y sugirió que podía existir un mercado separado de derechos de difusión de acontecimientos deportivos⁽²³⁾. En el caso de Eurovisión⁽²⁴⁾, la Comisión consideró que podían existir mercados separados para la adquisición de algunos acontecimientos deportivos importantes que no se producen regularmente sino de vez en cuando, como la Copa del Mundo de fútbol. La Comisión consideró que los programas deportivos tienen características específicas: son capaces de lograr altas cifras de audiencia y llegan a un público identificable al que algunos anunciantes se dirigen en particular. La Comisión llegó sin embargo a la conclusión de que en dicho caso no era preciso definir con precisión los mercados de productos de referencia.
- (28) En el presente caso, la investigación de la Comisión ha evidenciado que puede existir un mercado separado de derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos. La Comisión ha encontrado asimismo indicios de la existencia de un mercado separado de derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos que no se celebran regularmente durante el año y todos los años, como la Copa del Mundo de fútbol, y que no son intercambiables con los derechos de difusión de los acontecimientos futbolísticos que se celebran regularmente. En cualquier caso, la Comisión considera que las restricciones de la competencia derivadas del Reglamento sobre retransmisiones de la UEFA no serían apreciables, ni siquiera en un mercado tan delimitado como el de la difusión de acontecimientos futbolísticos que se celebran regularmente durante el año y todos los años y que, en la práctica, afectarían fundamentalmente a los encuentros de primera y segunda división y los campeonatos de copa nacionales, así como a la Liga de campeones y la Copa de la UEFA.
- (29) Aunque la investigación de la Comisión ha evidenciado una serie de elementos que sugieren la existencia de este mercado y que se exponen más adelante, a efectos del presente caso no es preciso definir con exactitud los mercados de productos de referencia.

2.1.3.1. Imagen de marca

- (30) El fútbol es importante para el organismo de radiodifusión por su capacidad de contribuir al desarrollo de una imagen de marca de un canal de televisión. El fútbol tiene un alto alcance diferenciado entre los espectadores apetecibles y suele ofrecer altas cifras de audiencia. El fútbol genera acontecimientos que se celebran periódicamente durante la mayor parte del año⁽²⁵⁾ y que captan espectadores no sólo para un partido sino también para el conjunto de los torneos. Así pues, los torneos de fútbol garantizan una audiencia durante largos períodos. El fútbol contribuye a inducir a los espectadores a ver determinada cadena con una periodicidad fija y a asociarla con el fútbol. Ello contribuye a desarrollar la imagen de marca de una cadena.
- (31) El desarrollo de una imagen de marca es cada vez más importante para un sector como el de la televisión en el que se registra un aumento rápido del número de cadenas entre las que pueden elegir los espectadores y en el que los productos suelen ser homogéneos⁽²⁶⁾. Cuanto mayor es la oferta disponible para los espectadores, más difícil es que una cadena de televisión pueda atraer y mantener la fidelidad de la audiencia. La identificación de marca anima a las audiencias a programar sus hábitos de visión para ver determinada cadena con una periodicidad fija. Sin embargo, esta fidelidad se logra solamente ofreciendo un producto «diferenciado» que incluya programas llamativos y estableciendo un estrecho vínculo entre la cadena y éstos. Si un canal suele difundir ciertos programas como, por ejemplo, la Liga de campeones de la UEFA, los espectadores desarrollarán el hábito de sintonizar dicha cadena como primera opción a la hora de determinar la cadena que desean ver. La creación de una fidelidad a la cadena incita a los espectadores a utilizar el canal como «punto de referencia» a la hora de ver la televisión, lo cual redundará en beneficio de otros programas emitidos por la cadena.

⁽²³⁾ Decisión de la Comisión en el asunto TPS; véase la nota 21.

⁽²⁴⁾ Decisión de la Comisión en el asunto Eurovisión; véase la nota 22.

⁽²⁵⁾ Por ejemplo en Inglaterra la primera división comienza en agosto y termina en mayo. Se juegan alrededor de 380 partidos de los cuales 60 se retransmiten en directo.

⁽²⁶⁾ En su respuesta 2d de 26 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión, Vlaamse Media Maatschappij señala: «La adquisición (y retransmisión) de derechos sobre (programas de) deportes no suele ser, en general, una inversión rentable en sí misma. Sin embargo, la difusión de programas deportivos, especialmente los deportes populares como el fútbol y el ciclismo, es importante para la imagen y la identificación del canal.»

- (32) Si la capacidad de incrementar la fidelidad de la audiencia a una determinada cadena es importante para todos los tipos de cadenas, no lo es menos para las cadenas que se financian mediante los ingresos de la publicidad. Tienen que poder ofrecer a los anunciantes audiencias para todas sus emisiones, sin lo cual no podrían vender sus espacios publicitarios. En este sentido, el fútbol es particularmente atractivo, porque tiene un amplio seguimiento que proporciona permanentemente altas cifras de audiencia. A menudo los espectadores que deseen ver un partido concreto sintonizarán ese canal mucho antes del partido y pueden continuar haciéndolo después del partido para ver si el siguiente programa es interesante. Se sugiere que en algunos casos esto se refleja en las tarifas de publicidad que son elevadas no sólo para los espacios publicitarios inmediatamente antes y después del partido, sino también para los programas emitidos antes y después del encuentro.
- (33) La investigación de la Comisión ha confirmado que el desarrollo de una imagen de marca es importante para los organismos de radiodifusión a la hora de determinar si conviene o no adquirir derechos sobre el fútbol ⁽²⁷⁾. Estos organismos consideran que el fútbol les permite crear una imagen sin la cual sus cadenas no podrían desarrollarse. La disponibilidad de una programación alternativa no altera su interés o su demanda de derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos ⁽²⁸⁾. Richard Russell Associates ha descrito el deporte como «conductor» del negocio de BSkyB, que ya cuenta con diez años de implantación ⁽²⁹⁾.
- (34) Uno de los principales valores del fútbol para la identificación de la marca es su regularidad. A diferencia de otros muchos acontecimientos deportivos, el fútbol se caracteriza por los torneos que se juegan regularmente durante la mayor parte del año. Así, a diferencia de otros deportes, el fútbol, permite que los organismos de radiodifusión logren altas cifras de audiencia de forma regular, sostenida y continua ⁽³⁰⁾. Aunque existen encuentros de liga para otros deportes, no suelen ser tan numerosos y regulares y, pese a que estos deportes pueden lograr cifras de gran audiencia, no alcanzan las mismas cifras de audiencia sostenida que el fútbol. Esto tiene un valor especial para la identificación de una cadena de televisión, puesto que solamente puede lograrse durante un período sostenido ⁽³¹⁾.
- (35) La búsqueda de una imagen de marca es tan fuerte que en ciertas circunstancias los organismos de radiodifusión no dudan en perder dinero con determinados programas siempre que la calidad del programa sea tal que pueda captar espectadores para la cadena. Para algunos organismos de radiodifusión el fútbol puede considerarse una especie de «gancho» ⁽³²⁾.
- (36) Estas características de los derechos de difusión del fútbol hacen que los precios que los organismos de radiodifusión están dispuestos a pagar por estos derechos sobre los acontecimientos futbolísticos superan los de todos los demás acontecimientos, incluidos los de acontecimientos deportivos más

⁽²⁷⁾ En su respuesta 2k de 15 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 20 de septiembre de 1999, RTL considera que «los precios vigentes de los derechos de fútbol son tan altos que [...] no pueden ser cubiertos mediante los ingresos generados con la programación de fútbol». Si a pesar de todo se adquieren tales derechos, es a efectos de identificación de la cadena.

⁽²⁸⁾ ONdigital en su respuesta 2j de 23 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 20 de septiembre de 1999: «Nuestro interés por el fútbol no se ve afectado por la disponibilidad de otra película, serie, juego o concurso, a causa de la situación única de mercado que ocupa el fútbol en el Reino Unido y en parte porque es probable que el fútbol atraiga un segmento de mercado diferente.».

NOS, en su respuesta 2i de 16 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 21 de septiembre de 1999 afirmó: «El interés de NOS por el fútbol solamente se ve afectado en cierto modo por la disponibilidad de derechos de televisión sobre otros deportes [...] porque es el deporte nº 1 en los Países Bajos [...] el fútbol tiene un papel clave en la programación deportiva de NOS [...] que aporta a otras retransmisiones deportivas de NOS una audiencia que no atraerían en condiciones normales.» En la respuesta 3e, NOS afirma: «el fútbol es un producto único en “una liga propia”. Ningún otro deporte tiene cifras de audiencia/cuota de mercado cercanas a las del fútbol [...] da relieve a la imagen de NOS.».

⁽²⁹⁾ Richard Russell Associates, «Sports Television: The ever changing face», 16 de febrero de 1999, p. 10 y 12.

⁽³⁰⁾ Véase la nota 25.

⁽³¹⁾ Esta conclusión se basa en las respuestas de los organismos de radiodifusión a las cartas enviadas en virtud del artículo 11. En particular, las respuestas de Eurosport, RTBF, VMM, VRT, France 2 y 3, y NOS.

⁽³²⁾ En su respuesta 2k de 26 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 21 de septiembre de 1999 VMM declara que «realmente, la adquisición de derechos de televisión sobre retransmisiones deportivas (especialmente el fútbol) no es una operación rentable en sí misma [...]. Sin embargo, [...] la identificación de los canales de VMM será el parámetro decisivo para decidir si se adquieren los derechos de televisión sobre partidos de fútbol». Por ejemplo ONdigital, que ha adquirido recientemente los derechos de televisión para la Liga de campeones de la UEFA y ofrece estos derechos gratis con carácter promocional a los abonados, afirma en su respuesta 2d de 23 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 20 de septiembre de 1999 que «en la fase inicial de la plataforma, la constitución de una base de abonados es más importante que el beneficio puro». Más adelante en su respuesta 2l de 23 de noviembre de 1999, Ondigital declara que «ONdigital cree que el valor y la imagen de marca vinculados a su oferta al consumidor se ven directamente afectados por los contenidos deportivos disponibles en la plataforma.».

excepcionales tales como los Juegos Olímpicos y la Fórmula 1⁽³³⁾. En el cuadro del anexo I se observa que de 1992 a 1996, 14 de los 21 principales acuerdos sobre derechos de retransmisiones deportivas en Europa en términos de dinero abonado correspondían al fútbol. ONdigital señala que los «derechos del fútbol son más caros que los de cualquier otro deporte»⁽³⁴⁾. El gasto total en deportes ha registrado en conjunto sustanciales aumentos en los últimos tiempos. El fútbol supuso la parte más elevada del gasto total en deportes de las cadenas de televisión. La media europea fue del 44,6 %⁽³⁵⁾. El alto porcentaje dedicado a la adquisición de derechos de fútbol refleja la importancia que los organismos de radiodifusión dan al fútbol en comparación con la adquisición de los derechos de difusión de otros acontecimientos deportivos.

2.1.3.2. Una audiencia particular

- (37) Los organismos de radiodifusión desean atraer a la audiencia. Dichos organismos intentarán, por consiguiente, disponer de una programación equilibrada con una gama variada de programas para alcanzar la audiencia más amplia posible. Para los organismos de radiodifusión de servicio público, el hecho de dirigir su programación a una audiencia amplia forma parte del deber de servicio público. Los organismos de radiodifusión de la televisión de pago desean satisfacer el gusto de cuanta gente sea posible con objeto de vender suscripciones. Para los organismos de radiodifusión comerciales esto se debe a que generalmente venden «paquetes» de franjas de publicidad que abarcan diversos programas en vez de franjas individuales durante determinados programas⁽³⁶⁾. Por lo tanto, los productores que desean anunciarse durante, por ejemplo, los partidos de primera división, también comprarán franjas durante otros tipos de programas. Esto corresponde a la estrategia óptima para un anunciante cuyo objetivo es llegar a una proporción de posibles clientes lo más amplia posible, para lo cual no hay nada mejor que emitir sus anuncios en una gama de programas cuidadosamente seleccionados, cada uno de los cuales será visto por un grupo diferente de clientes potenciales⁽³⁷⁾. El hecho de que el fútbol sea un acontecimiento periódico y frecuente, que atrae altas cifras de audiencia, aumenta el valor de los programas de fútbol como parte de un paquete de publicidad, porque permite al anunciante tener un contacto frecuente con posibles clientes de distintas características.
- (38) Al decidir sobre un «paquete», los anunciantes no escogerán aleatoriamente los programas durante los cuales se emitirán sus anuncios. Las características o tipos de audiencia que un programa atrae tienen una importancia crucial para los anunciantes. Esto traduce la razón de ser de la publicidad: las empresas hacen esencialmente publicidad para atraer nuevos clientes o conservar los existentes. Para que un anuncio cumpla este propósito los que tienen por lo menos un interés potencial por el producto anunciado deben verlo⁽³⁸⁾.
- (39) No todos los tipos de espectadores tienen el mismo valor para los organismos de radiodifusión (y los anunciantes). Algunas personas ven más televisión que otras. La gente tiene diferentes poderes adquisitivos y hábitos de consumo. Entre los telespectadores más solicitados se encuentran los hombres con un poder adquisitivo por encima de la media, entre 16 y 35 años de edad, porque se considera que generalmente este grupo tiene unos hábitos de consumo menos estables que los de más edad. Por lo tanto, es más probable que prueben nuevos productos y servicios. El problema para los organismos de radiodifusión y para los anunciantes es que este grupo contiene una parte elevada de «telespectadores esporádicos»⁽³⁹⁾ que, por lo general, no ven mucha televisión⁽⁴⁰⁾. Así pues, los anunciantes tienen muchas más dificultades en hacer llegar su mensaje a este grupo de destinatarios a través de la publicidad televisiva en comparación con otros grupos de población como, por ejemplo, las mujeres de edad igual o superior a 55 años, las cuales, por término medio, ven mucho más la televisión. El interés y la dificultad de captación del grupo destinatario hacen que los programas que éste ve tengan un valor significativo para los organismos de radiodifusión y, por lo tanto, éstos están deseando disponer de programas que atraigan a esta audiencia.

⁽³³⁾ Kagan Euro TV Sports, 26 de julio de 1996.

⁽³⁴⁾ ONdigital en su respuesta 2e de 23 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 20 de septiembre de 1999.

⁽³⁵⁾ Kagan Euro TV Sports, 26 de julio de 1996.

⁽³⁶⁾ Respuesta 6f de ITV de 12 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 10 de septiembre de 1999.

⁽³⁷⁾ Por ejemplo, un fabricante de botas de fútbol llegará a un mayor número de compradores potenciales con un anuncio durante la final de un torneo de fútbol, momento en el que es probable que los aficionados vean la televisión, y otro durante una película de estreno, cuando el jugador de fin de semana pueda estar viendo la televisión, que con dos anuncios durante la final del torneo de fútbol. De esta manera se llegará a un mayor número de compradores potenciales.

⁽³⁸⁾ Por ejemplo, mientras que los fabricantes de un producto de desayuno a base de cereales pueden tener una audiencia menos definida, es improbable que un productor de carne desee emitir un anuncio durante un programa dedicado a temas vegetarianos, aunque este programa sea muy popular. Por tanto, si los organismos de radiodifusión desean captar la publicidad de los productores de carne, no pueden emitir solamente programas sobre cuestiones vegetarias — deben también emitir programas destinados a la gente que está por lo menos dispuesta a comer carne (aunque los programas atraigan un número menor de espectadores).

⁽³⁹⁾ Respuesta 5c de Channel 5 de 19 de noviembre de 1999.

⁽⁴⁰⁾ Por ejemplo en 1998, en el Reino Unido el porcentaje de telespectadores por día alcanzó el 81 % de la población adulta mayor de 15 años. Este grupo también vio por término medio 241 minutos de televisión al día. En cambio en el mismo período, el porcentaje de telespectadores de 16 a 34 años de edad por día fue solamente del 73 %. Este grupo vio solamente un total de 182 minutos de televisión por día.

- (40) La investigación de la Comisión ha revelado que el fútbol es el programa que parece ser la herramienta más eficaz para dirigirse a este grupo concreto de la población. Dos tercios de los espectadores son varones incluidos en las franjas de edad apropiadas⁽⁴¹⁾. De resultas de ello, los organismos de radiodifusión pueden cobrar tarifas más elevadas por la publicidad relacionada con el fútbol en comparación con la de otros programas y el precio de los espacios publicitarios durante la retransmisión de fútbol es más alto que durante la de otros deportes. Por ejemplo, la primera división y la Liga de campeones de la UEFA permiten a los organismos de radiodifusión británicos aplicar unos suplementos que oscilan entre el 10 y el 50 % según los equipos implicados y la fase de los torneos⁽⁴²⁾.
- (41) El atractivo de los programas y, por tanto, el nivel de competencia para hacerse con los derechos de difusión varía según el tipo de deporte y el tipo de acontecimiento. Los deportes de masas como el fútbol atraen generalmente grandes audiencias. Por el contrario, los deportes minoritarios logran audiencias muy bajas. Los acontecimientos internacionales tienden a ser más atractivos que los nacionales para la audiencia de un determinado país, siempre que participe el equipo nacional o un campeón nacional, mientras que los acontecimientos internacionales en los que no participa ningún campeón o equipo nacional pueden a menudo ser de menor interés⁽⁴³⁾. En la mayor parte de los Estados miembros el fútbol logra constantemente las cifras de audiencia más altas. En 1997, de las 25 primeras retransmisiones deportivas en Europa, 21 correspondieron al fútbol. La popularidad del fútbol también se refleja en el número de horas dedicadas a la transmisión de deportes. Entre 1996 y 1997, el número de horas dedicadas a la retransmisión de fútbol fue de 13 939. El segundo deporte más retransmitido fue el tenis, con menos de la mitad, a saber, 5 115 horas⁽⁴⁴⁾. Basándose en estas cifras los autores de Kagan Euro TV Sports señalaron que «el desglose de las horas de deportes en televisión refleja la posición del fútbol como el deporte cuya retransmisión es más valiosa»⁽⁴⁵⁾. También se expresan puntos de vista semejantes en las respuestas a las cartas enviadas con arreglo al artículo 11, por ejemplo ONdigital declaró que «en el Reino Unido la retransmisión de partidos de fútbol de primera división consigue con regularidad atraer audiencias millonarias, superando a los demás acontecimientos deportivos estacionales»⁽⁴⁶⁾.

2.1.3.3. Conclusión relativa al mercado anterior

- (42) En conclusión, según la investigación de la Comisión es probable que exista un mercado separado de adquisición de derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos que se celebran regularmente durante el año y todos los años y que, en la práctica, incluiría fundamentalmente los partidos de primera y segunda división y los campeonatos de copa nacionales, así como la Liga de campeones y la Copa de la UEFA. Podría hacerse una segmentación para los acontecimientos futbolísticos que no se celebran regularmente durante el año, como la Copa del Mundo de fútbol⁽⁴⁷⁾, ya que ésta no constituye una fuente tan regular de programación para los organismos de radiodifusión. No obstante, puesto que, como ya se ha indicado, incluso en el mercado de adquisición de derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos que se celebran regularmente durante el año y todos los años el Reglamento sobre retransmisiones de la UEFA no supone restricciones apreciables de la competencia, no es preciso definir exactamente el mercado de productos de referencia a los efectos del presente caso.

⁽⁴¹⁾ Por ejemplo Young & Rubicam Europa, respuesta 2e de 21 de octubre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 8 de octubre de 1999: «es improbable que las categorías de producto que se dirigen a los consumidores femeninos hagan publicidad en los programas deportivos». Respuesta 4a de McCann-Erikson de 3 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión del 8 de octubre de 1999. Channel 5, respuesta 5c. ITV declaró en su respuesta 5c de 12 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 10 de septiembre de 1999 que la audiencia de la Liga de campeones de la UEFA «está integrada por más varones que la media, es más joven que la media, y con mayores ingresos que la media». La respuesta 2e de McCann-Erikson de 3 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 8 de octubre de 1999 corrobora esta tesis. RTL considera en su respuesta 6d i) de 15 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 20 de septiembre de 1999 que «perdería ingresos de publicidad si substituyera la Liga de campeones de la UEFA por otros acontecimientos futbolísticos u otros acontecimientos deportivos. Incluso si las características del espectador fueran iguales, los tiempos de visión de estos acontecimientos serían mucho menores porque estos acontecimientos deportivos son menos atractivos».

⁽⁴²⁾ Respuesta 3a de McCann-Erikson de 3 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 8 de octubre de 1999.

⁽⁴³⁾ Véase el considerando 40 de la Decisión Eurovisión; véase la nota 22.

⁽⁴⁴⁾ Kagan Euro TV Sports, 26 de julio de 1996, página 8.

⁽⁴⁵⁾ Kagan Euro TV Sports, 26 de julio de 1996, página 163.

⁽⁴⁶⁾ ONdigital en su respuesta 2i de 23 de noviembre de 1999 a la solicitud de información de la Comisión de 20 de septiembre de 1999.

⁽⁴⁷⁾ Véanse los considerandos 42 y 43 de la Decisión Eurovisión; véase la nota 22.

2.1.4. *Mercados posteriores en los que los organismos de radiodifusión compiten por los ingresos de publicidad, que dependen de los índices de audiencia, y por los abonados a la televisión de pago*

- (43) Como ya se ha explicado, la adquisición de derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos tiene efectos considerables en los mercados posteriores de televisión, en los que la transmisión de partidos es parte de la competencia que se hacen los organismos de radiodifusión por captar anunciantes o abonados. El Reglamento sobre retransmisiones no limita la capacidad de los organismos de radiodifusión de competir para lograr abonados o anunciantes. Por lo tanto, no es preciso establecer si existen mercados separados circunscritos a la difusión de acontecimientos futbolísticos en los mercados posteriores, ya que el Reglamento sobre retransmisiones no plantea problemas de competencia, ni siquiera en el mercado más reducido.

2.2. Mercado geográfico de referencia

- (44) El Reglamento sobre retransmisiones de la UEFA refleja el carácter nacional del mercado de los derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos, puesto que estos derechos se suelen vender generalmente a escala nacional, incluso para los acontecimientos paneuropeos como la Liga de campeones de la UEFA.
- (45) Por esta razón, cabe considerar que los mercados posteriores de televisión son de ámbito nacional o regional, especialmente por razones culturales y lingüísticas⁽⁴⁸⁾.

2.3. Apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE y apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE

- (46) El apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE y el apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE prohíben, por considerarlas incompatibles con el mercado común, todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre Estados miembros y las Partes contratantes del Acuerdo EEE y que tienen por objeto o efecto impedir, restringir o falsear la competencia en el mercado común y en el territorio cubierto por el Acuerdo EEE.

2.3.1. Acuerdos entre empresas y decisiones de asociaciones de empresas

- (47) El Tribunal de Justicia ha dictaminado que, habida cuenta de los objetivos de la Comunidad, la práctica del deporte sólo está regulada por el Derecho comunitario en la medida en que constituye una actividad económica a efectos del artículo 2 del Tratado⁽⁴⁹⁾. Los clubes profesionales de fútbol se dedican a actividades económicas⁽⁵⁰⁾ y son empresas a efectos del apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE y del apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE. Todas las asociaciones nacionales de fútbol son por lo tanto asociaciones de empresas a efectos del apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE y del apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE. Son también empresas en la medida en que ellas mismas realizan una actividad económica⁽⁵¹⁾. Por lo tanto, la UEFA es una asociación de asociaciones de empresas y es a su vez una empresa en la medida en que se dedica a actividades económicas tales como la venta de derechos comerciales sobre los torneos de la UEFA. La UEFA, las asociaciones nacionales y los clubes de fútbol miembros son por lo tanto empresas a efectos del apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE y del apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE, a pesar de que algunas de estas entidades son entidades sin ánimo de lucro e independientemente de cualquier actividad cultural o social que puedan llevar a cabo.

⁽⁴⁸⁾ Véanse la Decisiones de la Comisión en los asuntos: M.779 — Bertelsmann/CLT (DO C 364 de 4.12.1996, p. 3); RTL/Veronica/Endemol; véase la nota 21.

⁽⁴⁹⁾ Véanse las sentencias del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas, de 12 de diciembre de 1974, asunto 36/74: Walrave contra Union cycliste internationale, (Recopilación 1974, p. 1405), apartado 4; de 14 de julio de 1976, asunto 13/76: Donà contra Mantero, (Recopilación 1976, p. 1333), apartado 12; de 15 de diciembre de 1995, asunto C-415/93: URBSF contra Bosman (Recopilación 1995, p. I-4921), apartado 73; de 11 de abril de 2000, asuntos C-51/96 y C-191/97: Christelle Delière contra Ligue Francophone de Judo et Disciplines Asbl y otros (Recopilación 2000, p. I-2549), apartados 41-42, y de 13 de abril de 2000, asunto C-176/96: Jyri Lehtonen y otros contra Fédération Royale des Sociétés de Basket-ball Asbl (FRBSB) (Recopilación 2000, p. I-2681), apartados 32-33.

⁽⁵⁰⁾ Por ejemplo venta de entradas, transferencia de jugadores, distribución de artículos comerciales, celebración de contratos de publicidad y patrocinio, venta de derechos de difusión, etc. El tamaño de la empresa no importa y el concepto de «empresa» no implica la existencia de un ánimo de lucro. Véanse las conclusiones del Abogado general Sr. Lenz en el asunto C-415/93: URBSF contra Bosman (Recopilación 1995, p. I-4921), apartado 255 que hace referencia al fallo en los asuntos acumulados 209 a 215 y 218/78: Van Ladewyck/Comisión (Recopilación 1980, p. 3125), apartado 88.

⁽⁵¹⁾ Conclusiones del Abogado general Sr. Lenz en el asunto C-415/93: URBSF contra Bosman (Recopilación 1995, p. I-4921), apartado 256. Véase también la Decisión de la Comisión de 27 de octubre de 1992 relativa a un procedimiento de conformidad con el artículo 85 del Tratado CEE (IV/33.384 e IV/33.378 — distribución de viajes organizados durante la Copa del Mundo de 1990) (DO L 326 de 12.11.1992, p. 31), considerando 49 («[...] la FIFA es una entidad que realiza actividades de naturaleza económica y constituye una empresa en el sentido del artículo 85 del Tratado CEE») y considerando 53 («[La Federazione Italiana Gioco Calcio = la asociación italiana nacional de fútbol] también realiza actividades de naturaleza económica y es por lo tanto una empresa en el sentido del artículo 85 del Tratado CEE») y fallo del Tribunal de Primera Instancia de 9 de noviembre de 1994 en el asunto T-46/92: Scottish Football Association contra Comisión (Recopilación 1994, p. II-1039) del que cabe deducir que la asociación escocesa de fútbol es una empresa o una asociación de empresas a efectos del artículo 81 y 82. Véanse también los asuntos acumulados C-51/96 y C-191/97: Christelle Delière contra Ligue Francophone de Judo et Disciplines ASBL y otros (véase la nota 49), apartados 52-57.

- (48) El Reglamento sobre retransmisiones está recogido en las normas internas de la UEFA. Los órganos competentes de la UEFA han aprobado dicho Reglamento. Se trata de una decisión de una asociación de asociaciones de empresas a efectos del apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE y del apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE ⁽⁵²⁾.

2.3.2. *El Reglamento sobre retransmisiones no restringe sensiblemente la competencia*

- (49) Según la UEFA, el Reglamento sobre retransmisiones confiere a las asociaciones nacionales una posibilidad limitada de programar sus partidos de fútbol nacionales en horas que no coincidan con la emisión de fútbol por televisión. La UEFA sostiene que aunque esto puede dar lugar a veces a que los organismos de radiodifusión no puedan retransmitir partidos de fútbol cuando quieran, el Reglamento sobre retransmisiones no produce ninguna restricción apreciable de la competencia, porque el período en que la difusión del fútbol puede restringirse es sumamente limitado en el alcance y en el tiempo.
- (50) De entrada, la Comisión observa que no puede considerarse que el Reglamento sobre retransmisiones tenga objeto anticompetitivo alguno a efectos del apartado 1 del artículo 81 del Tratado y del apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE. No tiene por objeto restringir, en un sentido comercial, las posibilidades de los organismos de radiodifusión de adquirir derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos o de competir por los ingresos de publicidad o los abonados. Lo que se propone es promover el desarrollo del fútbol y la variedad de la competencia.
- (51) No obstante, en determinadas circunstancias, el Reglamento sobre retransmisiones podría dar lugar a que los organismos de radiodifusión no puedan retransmitir acontecimientos futbolísticos en directo cuando lo deseen. Esto se debe a que las asociaciones nacionales tienen la obligación de velar por que cuando se venden derechos de difusión de su territorio en otro territorio con horas vetadas, estas horas se respeten y que los encuentros de que se trate no se retransmitan durante esas horas. No cabe afirmar, sin embargo, que este efecto constituya una restricción apreciable de la competencia a efectos del apartado 1 del artículo 81 del Tratado y del apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE.
- (52) Teniendo en cuenta las características del Reglamento sobre retransmisiones de la UEFA, la Comisión ha llegado a la siguiente conclusión:
- a) el Reglamento sobre retransmisiones permite a las asociaciones nacionales de fútbol vetar la difusión intencional de fútbol en su propio territorio, por espacio de dos horas y media a lo sumo, un sábado o un domingo;
 - b) estas horas vetadas deben corresponder estrictamente al calendario principal de la temporada nacional definido en el Reglamento sobre retransmisiones, que es el tiempo en que se juega la mayoría (es decir, el 50 % o más) de los partidos de fútbol semanales en las dos divisiones superiores nacionales;
 - c) este requisito impide que se decidan arbitrariamente el período y la cantidad de horas que pueden vetarse, así como los períodos en que no se juega al fútbol, por ejemplo, en las vacaciones de verano;
 - d) si el calendario principal de la temporada nacional se extiende demasiado, de manera que el 50 % o más de los partidos de fútbol semanales en las dos divisiones superiores nacionales no se jueguen los sábados o los domingos, las asociaciones nacionales de fútbol no pueden vetar ninguna hora;
 - e) la estrecha relación con el calendario principal de la temporada nacional también garantiza que las horas vetadas seguirán siendo en gran parte las mismas año tras año; además, una vez se han fijado las horas vetadas, las asociaciones nacionales de fútbol no tienen ninguna otra influencia sobre su aplicación a través de ninguna clase de procedimiento de autorización. Sobre esta base, las asociaciones nacionales y los organismos de radiodifusión pueden programar los encuentros futbolísticos con bastante antelación para que se celebren en horas que no coincidan con partidos retransmitidos, un elemento importante para reprogramar los partidos de fútbol con vistas a su retransmisión. Esta disposición responde a la preocupación de los organismos de radiodifusión por el riesgo que para ellos puede suponer el que las asociaciones de fútbol puedan cambiar el calendario de los principales encuentros y los correspondientes períodos bloqueados. La razón de que se perciba este riesgo estriba en el hecho de que a menudo los organismos de radiodifusión tienen que contratar los derechos de difusión con varios años de antelación;

⁽⁵²⁾ Si se catalogaran de acuerdos entre empresas, no cambiaría la situación puesto que el artículo 81 del Tratado CE y el apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE se aplican de la misma manera a ambas formas de coordinación. Véanse las conclusiones del Abogado general Sr. Lenz en el asunto C-415/93: URBSF contra Bosman (Recopilación 1995, p. I-4921), apartado 258.

- f) si las asociaciones nacionales de fútbol permiten la retransmisión de acontecimientos futbolísticos durante las horas vetadas en su territorio, no pueden oponerse a la retransmisión de ningún otro acontecimiento futbolístico;
- g) los períodos vetados no se aplican a la emisión de programas no deportivos que pueden incluir extractos cortos (grabados) de partidos de fútbol.
- (53) Al examinar el mercado, la Comisión ha observado que durante la temporada 2000/01 sólo 10 de entre 21 asociaciones nacionales han aplicado el Reglamento sobre retransmisiones y vetado horas (seis en sábados y cuatro en domingos), según se observa en el cuadro del anexo II. Aunque tres de las cuatro asociaciones nacionales de fútbol del Reino Unido ⁽⁵³⁾ han vetado horas, lo han hecho, como en el pasado, de forma coordinada. Por lo tanto, la preocupación de los organismos de radiodifusión británicos por la existencia de cuatro asociaciones nacionales de fútbol en el Reino Unido que no están obligadas por el Reglamento sobre retransmisiones a coordinarse para vetar sus horas, situación que podría llevar a que cada una de ellas vetara horas distintas y a dificultar más (aunque sería factible) técnicamente la retransmisión de fútbol en el Reino Unido, porque el organismo de radiodifusión tendría que sustituir su retransmisión de fútbol por otro programa, es teórica e infundada en la práctica.
- (54) Otra preocupación señalada por los organismos de radiodifusión británicos es que no puedan beneficiarse de la aplicación del artículo 4, que atenúa la restricción del artículo 3, ya que establece una excepción a las horas vetadas para los partidos de importancia nacional ⁽⁵⁴⁾. Alegan que cada una de las cuatro asociaciones nacionales de fútbol del Reino Unido tiene sus propios intereses y que, aunque una asociación nacional pueda conceder una exención de las horas vetadas para la retransmisión de un partido, ésta no se aplicará a las demás asociaciones nacionales, con lo que la retransmisión resultaría imposible en esas otras regiones. La Comisión observa que el artículo 4 es favorable a los organismos de radiodifusión porque establece una excepción a las horas vetadas y reduce las horas vetadas aplicables a determinados partidos de fútbol, aunque éstos sean poco frecuentes. Esta disposición establece que se puede retransmitir un partido de fútbol durante las horas vetadas cuando de otra forma hubiera estado prohibida la retransmisión de fútbol. Además, la aplicación de la exención tiene como efecto que la asociación miembro que aplica esta disposición tiene que aceptar también la difusión de cualquier otro partido en su territorio durante ese mismo período. Así, el artículo 4 ofrece una ventaja respecto a la norma general, suavizando la restricción prevista en el artículo 3. Además, ninguna asociación nacional de fútbol está aplicando esta disposición para la temporada 2000/01. Durante la temporada de fútbol 1999/2000, en la que se vetaron muchas más horas, esa disposición sólo se aplicó para nueve partidos. Las asociaciones inglesa y escocesa aplicaron esta disposición en tres ocasiones y en una de ellas se trataba de las mismas horas. Por consiguiente se estima que esta disposición, que establece una posibilidad de exención de las horas vetadas, tiene escasa importancia en la práctica.
- (55) Los organismos de radiodifusión alegan además que el Reglamento sobre retransmisiones plantea problemas en relación con las retransmisiones transfronterizas; que la evolución tecnológica dará lugar en breve a que los organismos de radiodifusión puedan retransmitir en toda Europa, con lo que tendrán que respetar las diferentes horas vetadas en varias jurisdicciones, lo que dificultará más las retransmisiones transfronterizas. Si bien es cierto que los organismos de radiodifusión deben respetar las horas vetadas en los territorios en los que transmiten intencionalmente, se considera sin embargo en la actualidad que este hecho no hace apreciables las restricciones que puedan derivarse del Reglamento sobre retransmisiones. La Comisión no tiene conocimiento de ningún caso en que los efectos del Reglamento sobre retransmisiones hayan planteado problemas. A efectos del Reglamento sobre retransmisiones, la «transmisión intencional» se define como la situación en la que un organismo de radiodifusión transmite en la lengua local. En la medida en que los organismos de radiodifusión paneuropeos ofrecen servicios de televisión codificados, existe la posibilidad de suprimir los países en los que se apliquen horas vetadas. En la difusión en abierto, las cadenas paneuropeas como Eurosport tienen la posibilidad de no retransmitir fútbol con comentarios en una determinada lengua para evitar la aplicación del Reglamento. La posibilidad de diferenciar las emisiones por países queda ilustrada por el ejemplo de Eurosport que ya adapta su programación en función de la audiencia regional o local. Más aún, Eurosport, que es la única cadena deportiva paneuropea accesible en todos los Estados miembros de la Unión Europea y del EEE, no suele utilizar derechos de difusión en directo para los partidos de las ligas nacionales de los países europeos, sino que los retransmite en diferido. Puesto que el Reglamento sobre retransmisiones sólo se aplica a las

⁽⁵³⁾ El Reino Unido cuenta con cuatro asociaciones por motivos históricos.

⁽⁵⁴⁾ La posibilidad de excepción a las horas vetadas contemplada en el artículo 4 del Reglamento sobre retransmisiones es coherente con el planteamiento recogido en el apartado 1 del artículo 3 bis de la Directiva 89/552/CEE del Consejo (DO L 298 de 17.10.1989, p. 23), cuyo objeto es garantizar que una parte importante del público no se vea privada de la posibilidad de seguir estos acontecimientos sea en directo o en diferido.

retransmisiones intencionales definidas anteriormente y que la mayoría de los organismos de radiodifusión retransmiten intencionalmente en el territorio de una sola asociación nacional de fútbol, no parece que este problema sea significativo o apreciable por el momento. Si estas circunstancias cambian en el futuro, es posible que la Comisión tenga que volver a examinar la situación.

- (56) Por último, los organismos de radiodifusión manifiestan su preocupación por las repercusiones del Reglamento sobre retransmisiones en los nuevos servicios prestados a través de Internet. Contrariamente a la televisión convencional, la retransmisión de partidos de fútbol a través de Internet podría recibirse a la carta las veinticuatro horas del día y, sobre todo, la recepción de las retransmisiones de Internet no tiene límites geográficos. Por consiguiente, para cumplir el Reglamento sobre retransmisiones, un proveedor de servicios de Internet tendría que respetar todos los períodos vetados de todas las asociaciones miembros y tendría que bloquear las retransmisiones durante los períodos vetados para los usuarios de cada asociación miembro y desbloquear las retransmisiones en los períodos libres. Aunque sería técnicamente posible para un proveedor de servicios de Internet, no resulta económicamente sensato seguir este procedimiento que, por lo demás, podría ser un obstáculo al desarrollo de servicios nuevos e innovadores. Sin embargo, la Comisión coincide con la opinión de uno de los terceros interesados de que la tecnología para la transmisión de vídeo en flujo continuo por Internet para los consumidores no está aún a punto y que el valor económico del mercado de Internet sigue siendo bastante irrelevante. Por lo tanto, la Comisión considera en la actualidad que no puede establecer que el Reglamento sobre retransmisiones restrinja de forma apreciable las posibilidades de transmitir fútbol en flujo continuo por Internet. La Comisión no conoce servicios que ofrezcan la transmisión en flujo continuo integral y en directo por Internet de partidos de fútbol o que se proponga hacerlo en un futuro próximo. No obstante, esta opinión puede cambiar en el futuro: en particular, si se pone en conocimiento de la Comisión alguna evolución que indique que el Reglamento sobre retransmisiones se ha convertido en un obstáculo al desarrollo de nuevos servicios de Internet, ésta reconsiderará su decisión a tenor de las nuevas circunstancias.
- (57) Teniendo en cuenta estos hechos, la Comisión ha examinado el calendario de encuentros de primera y segunda división de varias asociaciones nacionales de fútbol. La Comisión ha observado que los partidos fijos tradicionales —que, según el Reglamento sobre retransmisiones deben coincidir con las horas vetadas— varían según los países (véase el anexo II) y que los encuentros están cada vez más repartidos, especialmente en las ligas de las grandes naciones del fútbol (como Inglaterra, Francia, Alemania y España) que tienen un mercado fuera de su mercado nacional. En la mayoría de estas ligas, los partidos se celebran en distintos días de la semana y a horas distintas y variables. Por consiguiente, la combinación de los distintos calendarios raras veces impedirá que los organismos de radiodifusión puedan retransmitir fútbol de un determinado lugar y, por lo tanto, que puedan adquirir los derechos de difusión correspondientes⁽⁵⁵⁾. Por tanto, aunque los organismos de radiodifusión no siempre puedan transmitir en directo un partido determinado, tendrán sin embargo numerosas oportunidades de transmitir otros partidos del mismo torneo en directo. En consecuencia, en el caso de que un organismo de radiodifusión desee transmitir fútbol en directo de un país o torneo concreto, el Reglamento sobre retransmisiones no le impide hacerlo, o sólo en raras ocasiones. Además, los organismos de radiodifusión también tienen la posibilidad de transmitir partidos en directo de otros campeonatos nacionales o paneuropeos que se juegan en momentos distintos. Por consiguiente, e independientemente de la existencia del Reglamento sobre retransmisiones, los organismos de radiodifusión siempre podrán adquirir derechos de difusión de acontecimientos futbolísticos que sean comercialmente interesantes.
- (58) Además, no debe olvidarse que los organismos de radiodifusión a menudo recurren también a la retransmisión de extractos y resúmenes en diferido en programas deportivos, etc. Estos programas pueden planificarse fácilmente de forma que no coincidan con las horas vetadas. Por lo demás, la información en los programas no deportivos no está vetada por el Reglamento sobre retransmisiones.
- (59) Puesto que la Comisión considera que el Reglamento sobre retransmisiones no tiene efectos restrictivos apreciables en el mercado de la difusión, no es necesario establecer, a efectos de la presente Decisión, si la retransmisión televisiva de fútbol, ya sea en la televisión en abierto, en la de pago o por Internet, tiene efectos negativos sobre la asistencia al estadio y la participación de la afición en el deporte ni en qué medida.

⁽⁵⁵⁾ Por ejemplo, Canal+ está retransmitiendo partidos de fútbol de 1ª división inglesa en Dinamarca en sábados, domingos y lunes.

- (60) La presente Decisión no afecta en modo alguno a la valoración de la venta conjunta de derechos de difusión de acontecimientos deportivos, con arreglo al apartado 1 del artículo 81 del Tratado y al apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE.
- (61) En vista de todo lo anterior, la Comisión ha llegado a la conclusión de que no puede considerarse que el Reglamento sobre retransmisiones de la UEFA constituya una restricción apreciable de la competencia a efectos del apartado 1 del artículo 81 del Tratado y del apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE.

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

Artículo 1

Con arreglo a los datos que obran en su poder, la Comisión carece de motivos para intervenir en virtud del apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE y el apartado 1 del artículo 53 del Acuerdo EEE por lo que se refiere al artículo 47 de los Estatutos de la UEFA aplicado por el Reglamento sobre retransmisiones.

Artículo 2

El destinatario de la presente Decisión será:

Unión Europea de Fútbol Asociación
Route de Genève 46
CH-1260 Nyon 2.

Hecho en Bruselas, el 19 de abril de 2001.

Por la Comisión

Mario MONTI

Miembro de la Comisión

ANEXO I

Los 21 principales acuerdos de retransmisiones deportivas europeas de 1992-1996 (1)

| | Deporte | Organismo de radiodifusión | Derechos millones (dólares estadounidenses) | Derechos millones (ecus) | Período validez |
|-----|--|----------------------------|---|--------------------------|-----------------|
| 1. | Copa del Mundo de fútbol | Kirch | 2 360 | 2 572 | 2002 |
| 2. | Juegos olímpicos | EBU | 1 440 | 1 570 | 1996 |
| 3. | Fútbol 1ª división inglesa | BSkyB | 955 | 1 041 | 1996 |
| 4. | Fútbol 1ª división holandesa | Sport7 | 648 | 706,32 | 1996 |
| 5. | Fútbol 1ª y 2ª división italianas | RAI | 356 | 388,04 | 1996 |
| 6. | Fútbol 1ª división alemana | Sat1 | 314 | 342,26 | 1997 |
| 7. | Fútbol 1ª división alemana | Sat1 | 293 | 319,37 | 1994 |
| 8. | Juegos olímpicos 1996 | ARD/ZDF | 287 | 312,83 | 1996 |
| 9. | Campeonato de Europa de fútbol (Alemania) | Sat1/RTL | 251 | 273,59 | |
| 10. | Rugby-Torneo de las 5 naciones (Reino Unido) | BSkyB | 227 | 247,43 | 1996 |
| 11. | Fútbol 1ª división española | Forta | 164 | 178,76 | |
| 12. | Fútbol 1ª división francesa | Canal+ | 150,3 | 163,83 | 1996 |
| 13. | Superliga de rugby | BSkyB | 137,2 | 149,55 | 1996 |
| 14. | Fútbol 1ª división italiana (TV de pago) | Telepiù | 125 | 136,25 | 1997 |
| 15. | Superliga de rugby (RU) | BSkyB | 118,4 | 129,06 | |
| 16. | Resúmenes de fútbol 1ª división inglesa | BBC | 115,2 | 125,57 | 1996 |
| 17. | Atletismo Internacional Aficionado | EBU | | 125 | 5 años |
| 18. | Fórmula 1 | ITV | 96,4 | 105,08 | 1996 |
| 19. | Fútbol 1ª división danesa | DR/TV2 | 89,2 | 97,228 | 1996 |
| 20. | Campeonato de copa Inglaterra | BSkyB | 86,9 | 94,721 | 1996 |
| 21. | Fútbol 1ª división inglesa | BSkyB | 62 | 67,58 | 1992 |

(1) Fuente: Kagan Euro TV Sports, 26 de julio de 1996.

ANEXO II

**Reglamento sobre retransmisiones (artículo 3): horas vetadas por las asociaciones nacionales
(temporada 2000/01 — en hora local)**

| | Horas vetadas | Encuentros tradicionales | Período |
|-------------------|---------------|--------------------------|---|
| | Sábado | Domingo | |
| Austria | 14.00-16.30 | | hasta el 3.12.2000, 3.3-27.5.2001 |
| Bélgica | 19.30-22.00 | | 12.8-21.12.2000, 20.1-20.5.2001 |
| Dinamarca | | 14.15-16.45 | 23.7-26.11.2000 y 11.3-17.6.2001 |
| Inglaterra | 14.45-17.15 | | 12.8.2000-19.5.2001 |
| Finlandia | | | |
| Francia | | | |
| Alemania | | | |
| Grecia | | | |
| Irlanda | | | |
| Islandia | | | |
| Italia | | | |
| Liechtenstein | | | |
| Luxemburgo | | 14.30 * | agosto 16.00, septiembre 15.30, octubre 15.00, noviembre 14.45-14.30, diciembre 14.30, febrero-marzo 15.00, abril-mayo 15.30, junio 16.00 |
| Países Bajos | | 14.45-17.15 | hasta el 18.12.2000 y 28.1-28.5.2001 |
| Irlanda del Norte | | | |
| Noruega | 17.30-20.00 * | | (17.30-20.00: 20-27.8.2000, 15.30-18.00: 10-24.9.2000, 14.30-17.00: 1-15.10.2000, 13.30-16.00: 22.10.2000) |
| Portugal | | 16.00-18.30 | hasta el 11.6.2001 |
| Escocia | 14.45-17.15 | | 29.7.2000-2.1.2001, 27.1-26.5.2001 |
| España | | | |
| Suecia | | | |
| Gales | 14.30-17.00 | | hasta el 6.5.2001 |