COMISIÓN NACIONAL
DE LA COMPETENCIA

RESOLUCIÓN (Expte. C-0246/10, DIMA/SIGLO XXI GUADALAJARA)

CONSEJO

D. Luis Berenguer Fuster, Presidente
Dª Pilar Sánchez Núñez, Vicepresidenta
D. Julio Costas Comesaña, Consejero
Dª Mª Jesús González López, Consejera
Dª Inmaculada Gutiérrez Carrizo, Consejera

En Madrid, a 28 de julio de 2010.

Visto el expediente tramitado de acuerdo a la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, relativo a la adquisición por parte de DIMA Distribución Integral S.L. (DIMA) del control exclusivo de Distribución de Publicaciones Siglo XXI Guadalajara S.L. (SIGLO XXI GUADALAJARA). (Expte. C/0246/10) y estando de acuerdo con el informe y la propuesta remitidos por la Dirección de Investigación, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia ha resuelto, en aplicación del artículo 57.2.c) de la mencionada Ley, iniciar la segunda fase del procedimiento en la medida que la operaciones en cuestión puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados analizados.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que se puede interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde su notificación.

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN
EXPEDIENTE C/0246/10 DIMA/SIGLO XXI GUADALAJARA

I. ANTECEDENTES

(1) Con fecha 25 de junio de 2010 tuvo entrada en esta Comisión Nacional de la Competencia (CNC), notificación relativa a la adquisición por parte de DIMA Distribución Integral S.L. (DIMA) del control exclusivo de Distribución de Publicaciones Siglo XXI Guadalajara S.L. (SIGLO XXI GUADALAJARA).

(2) Dicha notificación ha sido realizada por DIMA según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, por superar el umbral establecido en el artículo 8.1.a) de dicha Ley. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.

(3) El artículo 57.2.c) de la Ley 15/2007 establece que el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia dictará resolución en primera fase en la que podrá acordar iniciar la segunda fase del procedimiento, cuando considere que la concentración puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en todo o parte del mercado nacional.

(4) Asimismo, el artículo 38.2 de la Ley 15/2007 añade: "El transcurso del plazo máximo establecido en el artículo 36.2.a) de esta Ley para la resolución en primera fase de control de concentraciones determinará la estimación de la correspondiente solicitud por silencio administrativo, salvo en los casos previstos en los artículos 9.5, 55.5 y 57.2.d) de la presente Ley".

(5) Con fecha 26 de julio de 2009, de acuerdo con el artículo 55.5 de la Ley 15/2007, esta Dirección de Investigación ha requerido información necesaria para la resolución del expediente de referencia a la notificante. La respuesta a dicho requerimiento, que en virtud del artículo 37.2.b) de la Ley 15/2007 suspenden el transcurso de los plazos máximos para resolver el expediente de referencia, tuvo entrada en la CNC el 28 de julio de 2010.

(6) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **28 de julio de 2010**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

(7) La operación de concentración consiste en la adquisición por DIMA del control exclusivo de SIGLO XXI GUADALAJARA.

(8) La operación se ha instrumentado a través de un acuerdo de compraventa suscrito con fecha […][1], por el que DIMA adquiere las participaciones representativas del 100% del capital social de SIGLO XXI GUADALAJARA..

[1] Figura entre corchetes aquella información cuyo contenido ha sido declarado confidencial.

(9) La operación constituye una concentración económica conforme a lo previsto en el artículo 7.1.b) de la Ley 15/2007.

(10) La ejecución de la operación está condicionada a su aprobación por parte de la autoridad de competencia de España.

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

(11) La operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas, por no superar los umbrales de su artículo 1.

(12) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.a) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

(13) Las empresas partícipes desarrollan su actividad en el sector de la distribución mayorista de publicaciones periódicas en la Comunidad de Madrid y en la provincia de Guadalajara.

IV.1 DIMA DISTRIBUCIÓN INTEGRAL S.L. (DIMA)

(14) DIMA es una sociedad de reciente creación en la que se han integrado las siguientes cuatro sociedades distribuidoras de publicaciones periódicas en la Comunidad de Madrid: Comercial de Prensa Siglo XXI S.A. (SIGLO XXI), Distribución de Prensa por Rutas, S.L. (DISTRIRUTAS), Gelesa Gestión Logística, S.L.U. (GELESA) y Logintegral 2000, S.A.U. (LOGINTEGRAL). Esta operación de concentración fue autorizada en segunda fase con compromisos mediante Resolución del Consejo de fecha 10 de junio de 2009, en el marco del expediente C/0119/08.

(15) En estos compromisos, presentados ante la CNC el 28 de mayo de 2009, se establece entre otras cuestiones:

> *"1.(i): NEWCO [DIMA] ofrecerá servicios de distribución de publicaciones periódicas diarias en el territorio en que desarrolle sus actividades (inicialmente la Comunidad Autónoma de Madrid) a todo grupo editorial tercero que no participa en su accionariado ("Grupo Editorial Tercero") que solicite servicios de distribución de prensa en condiciones comerciales y económicas equivalentes a las aplicadas al grupo editorial accionista que tenga las mejores condiciones de distribución en NEWCO [DIMA] ("Condiciones Mínimas")."*
>
> *"3.(i): NEWCO ofrecerá servicios de distribución en el territorio en que desarrolle su actividad (inicialmente, la Comunidad Autónoma de Madrid) a todos los puntos de venta que así lo soliciten en condiciones objetivas, transparentes y no discriminatorias."*

(16) El capital de DIMA se distribuye entre los socios en las siguientes proporciones: Red Prensa, S.L.U. del Grupo Prisa (33,66%), LOGINTEGRAL 2000, S.A. del Grupo Unidad Editorial (28,71%), Compañía de Distribución Integral de Publicaciones Logista S.L. (Grupo Logista y Editorial Planeta) (20,00%), Distribuciones Comecosa S.L.U. del Grupo Vocento (16,13%) y Summa Servicios 21 S.L. del Grupo Godó (1,5%).

(17) La sociedad no se halla controlada de forma exclusiva o conjuntamente por ninguno de sus socios aunque tiene una fuerte dependencia económica de los grupos editoriales a los que pertenecen dichos socios, los cuales proporcionan la mayor parte de las publicaciones que DIMA distribuye.

(18) Los socios de DIMA pertenecen a grandes grupos editoriales o de distribución, cada uno de los cuales controla y /o participa sin ejercer el control, según indica la notificante, en un gran número de empresas distribuidoras mayoristas de publicaciones periódicas en España.

(19) Además, en casi todos los casos, los grupos Prisa, Unidad Editorial, Vocento y Godó comparten participaciones en las mismas empresas distribuidoras, tanto en empresas distribuidoras controladas por alguno de los grupos citados, que a su vez están participadas por el resto de los grupos, como en las empresas distribuidoras no controladas por ninguno de los grupos propietarios de las partes (según se indica en el formulario de notificación) pero en las que la suma de las participaciones de dichos grupos representa en muchos casos la mayoría del capital social y, en algún caso, el 100% del mismo. El Grupo Logista comparte con alguno de los otros grupos acciones en dos empresas distribuidoras, además de en la propia DIMA.

(20) El volumen de negocios[2] de DIMA en el año 2009 conforme al artículo 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia, es, según la notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE DIMA EN 2009 (Millones euros)		
MUNDIAL	**UE**	**ESPAÑA**
[<2.500]	[<250]	[>60]

Fuente: notificación

IV.2. DISTRIBUCIÓN DE PUBLICACIONES SIGLO XXI GUADALAJARA, S.L. (SIGLO XXI GUADALAJARA)

(21) SIGLO XXI GUADALAJARA es la entidad resultante de la escisión de la rama de distribución de publicaciones periódicas en la provincia de Guadalajara de la empresa Comercial de Prensa Siglo XXI, S.A., rama que había quedado inicialmente fuera del ámbito de la operación de concentración C/0119/08 DISTRIRUTAS/GELESA/LOGINTEGRAL/SIGLO XXI.

(22) SIGLO XXI GUADALAJARA está participada por Distribérica S.A. (80%) y por Unidad Editorial (20%), ejerciendo Distribérica el control exclusivo de la sociedad. Distribérica pertenece a su vez a Logista Publicaciones, empresa participada y controlada conjuntamente por Compañía de Distribución Integral Logista (75%) y Editorial Planeta de Agostini (25%).

[1] DIMA no dispone de cuentas anuales auditadas, por lo que la cifra suministrada corresponde a la suma del volumen de ventas de las empresas DISTRIRUTAS, GELESA, LOGINTEGRAL y SIGLO XXI en Madrid.

(23) Según las notificantes el Grupo Logista y Editorial Planeta controlan, a su vez, nueve empresas[3] distribuidoras de publicaciones regionales o locales.

(24) El volumen de negocio de SIGLO XXI GUADALAJARA[4] en el año 2009 conforme al artículo 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia, es, según la notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE SIGLO XXI GUADALAJARA EN 2009 (Millones euros)		
MUNDIAL	**UE**	**ESPAÑA**
7,388	[<250]	[<60]

Fuente: notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercados de producto

(25) El sector de actividad en el que se enmarca la operación es el de la distribución mayorista de medios de comunicación escritos.

(26) En el análisis de la operación de concentración C/0119/08, en el que se estudió en profundidad la distribución mayorista de publicaciones periódicas en la Comunidad Autónoma de Madrid, se consideró que la distribución mayorista de prensa diaria formaba parte de un mercado de producto diferenciado del de la distribución mayorista de revistas y coleccionables. La diferente periodicidad, lo que determina diferentes costes en la distribución y la especialización de las empresas distribuidoras por tipo de publicación, avalaron esta definición de los mercados de producto.

(27) La distribución de periódicos es diaria (incluso sábados y domingos), mientras que la de revistas y coleccionables tiene una frecuencia como mínimo semanal, hecho que determina que existan diferencias en los costes de distribución (superiores en el caso de diarios) y en el esquema de precios y comisiones. Es frecuente que para la distribución de revistas no se aplique un coste fijo o “forfait”.

(28) El hecho de que en el presente expediente la misma empresa distribuya todo tipo de publicaciones periódicas, no contradice la afirmación anterior, ya que se trata de la única empresa dedicada a esta actividad en un mercado de menor dimensión que la Comunidad de Madrid (la provincia de Guadalajara) tras absorber el fondo editorial de una tercera distribuidora que entró en concurso de acreedores en el año 2008 y que estaba especializada en revistas.

[3] En dos de estas sociedades (Distrisur y Valdebro) también participan otros socios de DIMA.

[4] El dato suministrado corresponde al volumen de negocios anualizado, ya que SIGLO XXI GUADALAJARA se constituyó en noviembre de 2009 y su volumen de negocios durante los meses de noviembre y diciembre fue de […] euros.

(29) Conviene además señalar que la falta de sustituibilidad por el lado de la oferta entre la distribución de los dos tipos de publicaciones es asimétrica. Los mayores costes que supone la distribución de diarios por la mayor frecuencia y horarios de reparto, hace más fácil que una empresa distribuidora de prensa diaria pueda ampliar a corto plazo su actividad y distribuir revistas, que al contrario.

(30) Además, los volúmenes mínimos que deben alcanzarse para rentabilizar las inversiones de un cambio de actividad no hubieran podido alcanzarse en la provincia de Guadalajara para la prensa diaria, ya que SIGLO XXI GUADALAJARA realiza la distribución del 100% de los periódicos repartidos en dicha provincia y la mayoría de estos diarios son editados por los grupos a los que pertenecen los socios de las notificantes, de modo que sólo quedan disponibles las cabeceras de editores ajenos cuyos volúmenes en término de número de ejemplares son muy reducidos. Esto no ocurre para la distribución de revistas cuya oferta editorial está mucho más diversificada y consecuentemente su distribución se realiza en muchos casos por distribuidoras ajenas al grupo editor, lo que reduce las barreras a la entrada en esta actividad.

(31) A la vista de todo lo anterior, a efectos de esta operación, se analizará el mercado de distribución mayorista de publicaciones periódicas en su conjunto y en sus dos vertientes (prensa diaria y revistas), sin que a los efectos del presente expediente sea necesario pronunciarse sobre la dimensión exacta de estos mercados de producto, en la medida en que no afecta a las conclusiones del análisis.

(32) Por otra parte, conviene tener en cuenta que la operación de concentración puede tener efectos sobre el mercado de producto verticalmente relacionado de edición de publicaciones periódicas, en la medida en que los grupos a los que pertenecen los accionistas de las partes tienen una presencia significativa en esta actividad.

(33) Según los diversos precedentes nacionales[5] y comunitarios[6], la edición y venta de prensa escrita diaria y suplementos asociados a los mismos constituyen mercados separados de la edición y venta de publicaciones o revistas de periodicidad no diaria. Diferencias en la periodicidad, política comercial, niveles de difusión, precios (muy superiores en revistas), cobertura y contenido, justifican la diferenciación de estos mercados.

(34) Por ello, al igual que en el mercado de distribución, a efectos de este expediente, se considerará que son mercados relevantes diferenciados el de edición de prensa diaria y el de edición de revistas y coleccionables, sin necesidad de pronunciarse sobre la delimitación exacta de los mismos. Todo ello sin perjuicio de que a los efectos de completar el análisis, se analice la presencia de los socios de las partes en el conjunto de la edición de publicaciones periódicas.

[5] N-06047 PLANETA/GODO/PRISMA; N-06132 3i Group/Activos BME; C-0119-08 DISTRIRUTAS / GELESA / LOGINTEGRAL / SIGLO XXI

[6] M.423 Newspaper publishing, M.1401 Recoletos/Unedisa y M.3420 GIMD/Socpresse.

V. 2. Mercados geográficos

(35) Tanto algunos de los precedentes nacionales anteriormente señalados, como la Comisión Europea[7] han considerado que los mercados de distribución mayorista de publicaciones periódicas tienen un carácter nacional.

(36) Para justificar esta delimitación, estos precedentes señalaban la naturaleza propia de este servicio en cuanto al componente de periodicidad que lleva implícito, que en algunos casos (prensa) llega a ser diaria, y en otros (revistas y fascículos coleccionables) semanal o superior, lo que hace necesaria una red de infraestructuras (almacenes y transporte, propios o subcontratados) dentro del territorio de cada país. Además, estos precedentes indicaban que debe atenderse al hecho de que estas publicaciones se editan en la lengua correspondiente a cada país (generalmente) y que las editoriales suelen ser de implantación nacional.

(37) En el antecedente nacional C-0119-08, las características de la operación y de los mercados considerados llevaron a plantear la delimitación de mercados más estrechos, de ámbito regional o local.

(38) Así, dentro del mercado existen dos tipos de empresas distribuidoras mayoristas: de ámbito nacional y de ámbito regional o local, de modo que las primeras reciben del editor el producto y lo entregan al distribuidor local para que éste a su vez lo distribuya al punto de venta (distribuidor minorista).

(39) De hecho, muchas distribuidoras suelen realizar el servicio en una determinada zona del territorio que puede abarcar una Comunidad Autónoma e incluso, en muchos casos, se circunscribe a una provincia o capital.

(40) DIMA en principio desarrolla sus actividades en la Comunidad de Madrid y la empresa adquirida circunscribe su ámbito de actuación a la provincia de Guadalajara, por lo que sólo disponen de infraestructuras dentro de sus respectivos ámbitos geográficos.

(41) A la luz de lo anterior, a los efectos de esta operación, se analizarán los mercados de distribución mayorista de publicaciones periódicas en sus dos vertientes (prensa diaria y revistas) en la provincia de Guadalajara y a nivel nacional, dada la presencia de los grupos de los socios de DIMA en todo el territorio nacional a través de la participación en empresas distribuidoras nacionales y regionales-locales, que están presentes en prácticamente todas las zonas de España.

(42) En lo que respecta a los mercados verticalmente relacionados de edición de prensa diaria y de edición de revistas y coleccionables, los precedentes citados han considerado que tienen un ámbito geográfico nacional. Todo ello sin perjuicio de que se tenga en cuenta la estructura de estos mercados en Guadalajara a los efectos de completar el análisis.

[7] M.3063 De Agostini/Holding di Participazioni/RCS Diffusione.

VI. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

VI.1. Características generales

(43) En general, la distribución de publicaciones periódicas presenta las siguientes características: periodicidad (diaria, semanal o mensual), inmediatez, caducidad, devolución de ejemplares no vendidos y gran número de puntos de venta (aproximadamente 30.000 en España y 132 en Guadalajara). Debido a las características señaladas, las distribuidoras especializadas en este sector deben contar con una infraestructura y un sistema de gestión específicos para alcanzar con garantía y eficacia todos los puntos de venta.

(44) La organización de la distribución se realiza a través de empresas en las que habitualmente, tal y como se ha puesto de manifiesto con anterioridad, participa el grupo editor. Existen editores que encargan la distribución de sus publicaciones a distribuidoras independientes, si bien se trata de editores con un reducido volumen de negocio y un escaso peso en el mercado.

VI.2. Estructura de la oferta

VI.2.a) Distribución mayorista de publicaciones periódicas en España y de los mercados segmentados de prensa diaria y revistas.

(45) A nivel nacional, la cuota conjunta (DIMA+SIGLO XXI GUADALAJARA) en el mercado de distribución de publicaciones periódicas en el año 2009 asciende a [0-10]% y en los segmentos de prensa y revistas las cuotas son de [10-20]% y [0-10]% respectivamente. Si se tiene en cuenta la cuota de todas las distribuidoras controladas por los grupos a los que pertenecen los socios de las partes, la cuota asciende en el mercado sin segmentar de publicaciones periódicas a [20-30]%, y a [30-40]% (prensa diaria) y [10-20]% (revistas). Finalmente, si se contabilizan todas las empresas en las que los grupos de los accionistas de las partes tienen participaciones (controladas y no controladas) la cuota es de [50-60]% (publicaciones periódicas), [70-80]% (prensa diaria) y [20-30]% (revistas).

(46) Las cifras constatan la falta de presencia de competidores importantes no vinculados a los socios de las partes en el mercado de distribución mayorista de prensa diaria. Sin embargo, en el segmento de revistas la oferta está más diversificada siendo SGEL el principal operador de este mercado.

VI.2.b) Distribución mayorista de publicaciones periódicas en Guadalajara y de los mercados segmentados de prensa diaria y revistas

(47) SIGLO XXI GUADALAJARA tiene el monopolio de la distribución de publicaciones periódicas en la provincia de Guadalajara, con cuotas del 100%, tanto en prensa diaria como en revistas.

DISTRIBUCIÓN MAYORISTA DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS EN GUADALAJARA POR SIGLO XXI GUADALAJARA						
GRUPOS/EMPRESAS NOTIFICANTES	2007		2008		2009	
	Valor (mill.€)	%	Valor (mill.€)	%	Valor (mill.€)	%
Prensa diaria	[…]	100	[…]	100	[…]	100
Revistas	[…]	100	[…]	100	[…]	100
Publicaciones Periódicas	[…]	100	[…]	100	[…]	100

Fuente: Notificación.

VI.2.c). Edición de publicaciones periódicas en España

(48) En el mercado de la edición de publicaciones en España la cuota conjunta de los grupos de las partícipes en el último año alcanza un [30-40]%.

(49) La segmentación por tipo de publicación muestra un peso mayor de los grupos matrices de las empresas afectadas en el subsector de prensa diaria, cuyas ventas conjuntas según datos de la notificante representan el [40-50]% del mercado de edición de prensa y el [10-20]% del mercado de edición de revistas y coleccionables.

(50) El mercado de edición de revistas se halla menos concentrado con un gran número de operadores presentes. Entre los grupos que participan en la operación, Editorial Planeta es el que mayor peso tiene en este mercado.

VI.2.d). Edición de publicaciones periódicas en la Provincia de Guadalajara

(51) La cuota de los grupos socios de la partícipes en el mercado de edición de publicaciones periódicas en la provincia de Guadalajara es de [50-60]%. El mayor peso corresponde a la prensa diaria [90-100]% frente al [10-20]% en revistas y coleccionables.

VI.3.- Estructura de la demanda

(52) Los clientes de las empresas distribuidoras mayoristas de publicaciones periódicas son los grupos editoriales a quienes prestan servicio.

(53) Los proveedores de los distribuidores mayoristas de publicaciones son empresas de distribución, de transporte u otros operadores logísticos integrales, generalmente de carácter local o regional y a veces incardinados en grandes grupos de distribución a nivel nacional, por lo que distribuidoras nacionales también pueden ser clientes de distribuidores de ámbito geográfico más reducido

(54) Tanto DIMA como SIGLO XXI GUADALAJARA distribuyen fundamentalmente publicaciones editadas por los grupos a los que pertenecen los socios, si bien las proporciones varían en función del tipo de publicación distribuida. En el mercado de distribución de prensa diaria la mayoría de la distribución corresponde a diarios editados por los grupos de los socios de las partes. En el sector de revistas el porcentaje correspondiente a los socios es minoritario.

VI.4. Fijación de precios y estructura de la distribución

(55) El sistema de distribución de prensa y publicaciones periódicas engloba a todas aquellas actividades que permiten que los distintos productos publicados por las empresas editoras lleguen al consumidor final (gestión, venta, transporte, manipulación y gestión de la operación).

(56) El sistema de distribución de publicaciones periódicas se articula en torno a cuatro tipos de agentes económicos: empresas editoras, distribuidores nacionales, distribuidores locales y puntos de venta.

(57) Los grupos editoriales proveen del material a las distribuidoras que lo reciben en forma de depósito y en estas mismas condiciones lo entregan a los puntos de venta, que podrán devolver los ejemplares no vendidos dentro de unos plazos establecidos

(58) Los grupos editoriales fijan los precios de venta al público y la remuneración de las distribuidoras. Dicha remuneración se compone habitualmente de dos elementos:

— Coste fijo denominado “forfait” que se corresponde con los costes incurridos por la empresa distribuidora y que se calcula por rutas diarias.

— Comisión calculada como un porcentaje del precio de venta al público sobre las unidades efectivamente vendidas. Este margen se distribuye entre los agentes que intervienen en la cadena del proceso (distribuidor, punto de venta).

(59) La remuneración del punto de venta resulta de la cesión de una parte de la comisión cobrada por las distribuidoras y su porcentaje es establecido por la empresa distribuidora.

(60) Según datos aportados por la notificante, no existe uniformidad en los precios aplicados por los distribuidores a los editores. Las comisiones oscilan entre el [20-30]% y el [20-30]%. Tampoco existe uniformidad en los porcentajes de comisión finalmente cobrados por las partícipes (diferencia entre la comisión obtenida del editor y la parte cedida al punto de venta), que oscilan entre el [0-10]% y el [10-20]% (aunque la mayor parte se sitúa entre [0-10]% y [0-10]%). Esta amplia gama de porcentajes se observa también en el caso de no existir “forfait”.

(61) Por otra parte, según indica la notificante, los costes de distribución son elevados, llegando a representar entre un [0-10]% y un [20-30]% sobre el precio de portada. El transporte es contratado con repartidores independientes y constituye uno de los costes principales.

(62) En lo que se refiere a los puntos de venta, la notificante señala que las condiciones aplicadas son iguales para todos los puntos de venta de la misma tipología (kioscos, gasolineras, etc.).

VI.5.-Competencia potencial - barreras a la entrada

(63) Según la notificante, las barreras a la entrada existentes en los mercados mayoristas de distribución de publicaciones periódicas derivan de las economías de escala existentes en este tipo de actividad, donde los costes de transporte son elevados y el coste unitario marginal de transporte por ejemplar decrece considerablemente al incrementarse el número de ejemplares transportados.

(64) Esta barrera a la entrada se ve reforzada, en el caso de la prensa diaria, por los lazos estructurales que mantienen los grandes grupos editoriales con las distribuidoras de sus productos. Ello reduce el volumen disponible para poder ser distribuido por operadores independientes, lo que dadas las economías de escala señaladas, dificulta la competencia.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

(65) La operación de concentración afecta al mercado de la distribución mayorista de publicaciones periódicas.

(66) Las empresas partícipes pertenecen a los grandes grupos editoriales (PRISA, VOCENTO, LOGISTA-EDITORIAL PLANETA, UNIDAD EDITORIAL y GODÓ) cuyas publicaciones de prensa diaria representan un porcentaje muy elevado del total de diarios publicados.

(67) La entidad adquirida goza de una posición de monopolio en la provincia de Guadalajara, tanto en el segmento de prensa diaria como en el de revistas y coleccionables.

(68) A nivel nacional, la cuota conjunta en el mercado de distribución de publicaciones periódicas es inferior al [10-20]%, tanto en los segmentos de prensa diaria como de revistas. Sin embargo, la preexistencia de vínculos entre los grupos mediante participaciones cruzadas resulta en un peso superior al [50-60]% para el mercado sin desglosar de publicaciones periódicas y al [70-80]% para el segmento de prensa diaria. Ello es importante a la hora de valorar el poder de mercado de la entidad resultante y de sus socios, en la medida en que las empresas en las que participan los grupos propietarios de la notificante, aunque no ejerzan el control sobre las mismas, difícilmente constituyen una alternativa competitiva a la entidad resultante.

(69) En la distribución mayorista de revistas, la entidad resultante, sus matrices y las empresas participadas por éstas tienen un peso muy inferior.

(70) La elevada concentración e integración de este mercado en el segmento de prensa diaria refuerza las barreras a la entrada derivadas de las economías de escala necesarias para rentabilizar los gastos que requiere esta actividad.

(71) Si bien la presente operación no supone una modificación de la estructura del mercado de distribución de publicaciones periódicas en la provincia de Guadalajara, pues SIGLO XXI GUADALAJARA cuenta con una cuota del 100% en el mismo, y a nivel nacional la adición de cuota es mínima ([0-10]%), hay que tener en cuenta que la operación de concentración hace estructurales en

Guadalajara los acuerdos existentes entre los editores de publicaciones periódicas socios de DIMA y SIGLO XXI GUADALAJARA de cara a la distribución de estas publicaciones en Guadalajara.

(72) El hecho de que DIMA sirve para hacer estructurales los acuerdos entre editores de cara a la distribución de publicaciones periódicas, fue el que llevó a que los compromisos presentados por las empresas que se integraron en DIMA en el marco del expediente C/0119/08 estableciesen que los mismos se extendían al territorio en el que desarrollase su actividad DIMA.

(73) Sin embargo, DIMA ha señalado en la respuesta a un requerimiento de información que […].

(74) […], resulta necesario hacer un análisis en mayor profundidad de los efectos que tiene la operación de concentración DIMA / SIGLO XXI GUADALAJARA sobre la competencia efectiva en los mercados de edición y distribución en Guadalajara y España, en la medida que existe el riesgo de inaplicación de los compromisos del expediente C/0119/08 a Guadalajara.

(75) En este sentido, es necesario analizar con mayor profundidad los efectos que tiene sobre la competencia efectiva el hacer estructurales en Guadalajara los acuerdos existentes entre los editores de prensa diaria socios de DIMA y SIGLO XXI GUADALAJARA, en el contexto de los distintos acuerdos y participaciones cruzadas en distribuidoras de prensa que existen entre los distintos editores de publicaciones periódicas en España, especialmente los de prensa diaria, pues existe un riesgo de obstaculización del mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados considerados.

VIII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, se propone **acordar iniciar la segunda fase del procedimiento,** en aplicación del artículo 57.2.c) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, en la medida que la operación de concentración notificada puede obstaculizar el mantenimiento de la competencia efectiva en los mercados analizados.