

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN**EXPEDIENTE C/1035/19 CIRSA/ GGSO**

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 21 de mayo de 2019, tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, notificación de la concentración consistente en la adquisición de control exclusivo de CIRSA GAMING CORPORATION, S.A.U. (CIRSA) del 100% del capital social de GIGA GAME SYSTEM OPERATIONS, S.L.U. (GGSO).
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por CIRSA, según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), por superar los umbrales establecidos en las letras a y b del artículo 8.1 de la mencionada norma. 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 18 de julio de 2019, en virtud de lo establecido en el artículo 59 de la LDC, la notificante presentó una propuesta de compromisos que buscaba resolver los obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva que pudieran derivarse de la operación de concentración notificada. Dicha propuesta de compromisos fue completada con fecha 29 de julio. Conforme a lo dispuesto en el artículo 59.2 de la LDC, la presentación de dichos compromisos amplió en 10 días hábiles el plazo para dictar y notificar la Resolución del expediente de referencia.
- (4) En consecuencia, de conformidad con el artículo 36.2 a) de la LDC, la nueva fecha límite para dictar y notificar Resolución por parte del Consejo es el 16 de agosto de 2019.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (5) La operación de concentración económica proyectada consiste en la toma de control exclusivo por parte de CIRSA GAMING CORPORATION, S.A.U. (CIRSA) del 100% del capital social de GIGA GAME SYSTEM OPERATIONS, S.L.U. (GGSO) e, indirectamente, de todas las sociedades participadas directa o indirectamente por ésta ("Grupo Giga Game"), actualmente propiedad de la sociedad Giga Game System, S.L.U.
- (6) La operación se articula a través de la suscripción de un contrato de compraventa, cuya perfección y ejecución están condicionadas a la obtención de la autorización de la operación por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).
- (7) De esta forma, la operación supone una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1 de la LDC.

III. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (8) El contrato de compraventa suscrito entre CIRSA GAMING CORPORATION, S.A.U. y GIGA GAME SYSTEM OPERATIONS, S.L.U.¹ con fecha [...]*, en virtud del cual la primera adquiere el control exclusivo sobre la segunda, contiene una serie de restricciones accesorias adicionales al objeto principal del contrato. En particular, un acuerdo de no competencia, un acuerdo de no captación tanto para el vendedor como para el comprador, y una cláusula de confidencialidad.

Cláusula de no competencia

- (9) En virtud de la cláusula [...] de este contrato, la vendedora, así como los garantes² se comprometen a no desarrollar, prestar sus servicios, participar, gestionar, administrar, promover o tener interés alguno (de control o no), directa o indirectamente, en ninguna actividad que pueda ser competencia de las actividades de juego (incluyendo, sin carácter limitativo, máquinas recreativas, salones de juego, bingos, casinos, apuestas y juego online) desarrolladas por GGSO y sus filiales en España, con algunas excepciones.
- (10) Debido a dichas excepciones, la notificante considera el ámbito de aplicación geográfica de esta cláusula extendido a todo el territorio nacional, a excepción de las Comunidades Autónomas de Canarias y Baleares y al “Playland Benidorm” en el municipio de Benidorm, y al “Bingo Cerdanya” en el término municipal de Puigcerdà.
- (11) La duración de este compromiso es de [no superior a 2] años, desde la fecha de cierre de la operación de compraventa.

Cláusula de No Captación

- (12) Por la cláusula [...] del contrato, la vendedora, y las garantes se obligan a (i) no contratar (o tratar de contratar) a ningún empleado de CIRSA, del Grupo de CIRSA, o de GGSO y sus filiales, por encima de [...] euros, y a (ii) no inducir la terminación de relaciones laborales con CIRSA, con el Grupo de CIRSA, o con GGSO y sus filiales.
- (13) En virtud de la cláusula [...] del contrato, la compradora se obliga frente al vendedor a (i) no contratar o tratar de contratar a ningún empleado del Vendedor, de los garantes y sociedades de su grupo, por encima de [...] euros, o (ii) inducirle a la terminación de su relación laboral con el Vendedor, el Garante, Braker o sus respectivos grupos.
- (14) La duración de la cláusula de no captación tanto para el vendedor como para el comprador tiene un plazo de [no superior a 2] años contados a partir de la fecha de cierre de la operación de compraventa.

Acuerdo de confidencialidad

¹ Adicionalmente, el contrato de Compraventa lo suscriben [...]. (como Garante); y [...] y [...], [...], [...], [...] y [...] (como Accionistas Últimos)

² Las garantes son sociedades controladas por el mismo grupo familiar (familia Lao) que actúa en el marco de esta operación como vendedora.

- Se indica entre corchetes la parte del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado como confidencial.

- (15) Por la cláusula [...]. del acuerdo el vendedor y los garantes se obligan a (i) mantener secretos todos los conocimientos técnicos y del mercado en el que opera GGSO y sus filiales, y a (ii) no revelar a terceros, por motivo alguno, datos o informaciones reservados de GGSO y sus filiales, sin el previo consentimiento escrito de CIRSA; no afectando esta restricción en lo que se refiere a los negocios no afectados por la cláusula de no competencia.
- (16) La duración del acuerdo de confidencialidad es de [no superior a 2] años desde la fecha de cierre de la operación.

Valoración

- (17) El artículo 10.3 LDC, establece que *“en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”*.
- (18) La Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) señala que, con carácter general, estas restricciones obedecen a la necesidad de obtener el valor íntegro de la empresa adquirida y, en consecuencia, deben servir para proteger al comprador.
- (19) La Comunicación considera que las cláusulas inhibitorias de la competencia garantizan la cesión al comprador del valor íntegro de los activos transferidos, que, por lo general, comprende tanto activos materiales como inmateriales, como el fondo de comercio y los conocimientos técnicos desarrollados por el vendedor. También aclara que estas cláusulas sólo están justificadas por el objetivo legítimo de hacer posible la concentración cuando su duración, su ámbito geográfico de aplicación, su contenido y las personas sujetas a ellas no van más allá de lo razonablemente necesario para lograr dicho objetivo.
- (20) De acuerdo con el párrafo 20 de la Comunicación, estas cláusulas inhibitorias de la competencia están justificadas durante un máximo de tres años cuando la cesión de la empresa incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y conocimientos técnicos. Si solo incluye fondo de comercio, dos años.
- (21) Respecto al ámbito geográfico de la aplicación de la cláusula inhibitoria de la competencia, de acuerdo con el párrafo 22 de la citada Comunicación, el mismo debe limitarse a la zona en la que el vendedor ofrecía los productos o servicios de referencia antes del traspaso, toda vez que no es necesario proteger al comprador de la competencia del vendedor en territorios en los que éste no estaba presente.
- (22) Por otra parte, las cláusulas inhibitorias de la competencia han de limitarse a los productos y servicios que constituyan la actividad económica de la empresa traspasada. Por ello, no se considera necesario proteger al comprador de la competencia del vendedor en aquellos mercados de productos o de servicios en los que la empresa traspasada no operase antes del traspaso (párrafo 23).
- (23) El párrafo 25 de la mencionada Comunicación indica que las cláusulas que limiten el derecho del vendedor a adquirir o tener acciones en una empresa que compita con la empresa cedida se considerarán directamente vinculadas a la realización

de la concentración y necesarias a tal fin en las mismas condiciones que las cláusulas inhibitorias de la competencia, salvo que impidan que el vendedor adquiera o tenga acciones para fines exclusivamente de inversión financiera que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora.

- (24) Finalmente, la Comunicación aclara que las cláusulas de no captación y de confidencialidad se evalúan de forma similar a los pactos inhibitorios de la competencia (párrafo 26).
- (25) En relación con el ámbito objetivo de la cláusula de no competencia de la operación, esta Dirección considera que el contenido de la misma es excesivamente amplio para alcanzar los objetivos de la concentración, no pudiendo entenderse la inclusión de la posibilidad de impedir a la vendedora el “*tener interés alguno (de control o no), en ninguna actividad que pueda ser competencia de las actividades de juego*”, así como la inclusión de un ámbito del sector privado del juego donde no está activa la vendedora ni por tanto el negocio adquirido, los juegos y apuestas *on line*, como necesarias para el logro de la concentración.
- (26) En relación con el ámbito geográfico, esta Dirección considera que la restricción accesoria deberá limitarse únicamente a las zonas en las que el vendedor ofrecía los productos o servicios de referencia antes de la operación.
- (27) Respecto al pacto de no captación, puesto que el contenido del mismo afecta tanto a empleados del vendedor como a empleados del comprador, se entiende que el pacto va más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada en lo que respecta a las obligaciones impuestas al comprador.
- (28) En conclusión, teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios existentes en la materia y lo establecido en la Comunicación de la Comisión, esta Dirección de Competencia considera que el acuerdo de confidencialidad puede considerarse directamente vinculado a la realización de la concentración y necesario a tal fin. En relación con los pactos de no competencia, esta Dirección de Competencia considera que van más allá de lo que razonablemente sería necesario por: i) incluir productos no ofrecidos por la adquirida (juegos y apuestas on-line), ii) restringir la competencia fuera del ámbito geográfico en que se encontraba la adquirida, iii) restringir la posibilidad de tener participaciones de no control en empresas competidoras, quedando en su caso sujeto a la normativa propia de acuerdos entre empresas lo que exceda de ese alcance y ámbito geográfico. Finalmente, respecto a las cláusulas de no captación esta Dirección de Competencia considera que los pactos que imponen restricciones al comprador van más allá de lo que razonablemente es necesario quedando sujetos a la normativa propia de acuerdos entre empresas.

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

- (29) De acuerdo con la notificante, 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, puesto que la operación propuesta no cumple con los umbrales establecidos en el artículo 1.

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

V. EMPRESAS PARTICIPES

V.1. CIRSA GAMING CORPORATION, S.A.U.

- (31) CIRSA es la sociedad holding de un grupo de sociedades que operan principalmente en el sector del juego (GRUPO CIRSA), cuya sede central se ubica en España, y cuenta con unas 150 empresas. CIRSA opera en España y en Italia.
- (32) En Italia, CIRSA tiene en propiedad y gestiona máquinas recreativas y de azar y, además, realiza operaciones de bingo.
- (33) En España, la actividad de CIRSA se gestiona en dos grandes áreas de negocio diferenciadas: i) la fabricación y venta de máquinas y ii) la gestión y explotación de actividades de juego.

Fabricación y venta de máquinas:

- (34) La división industrial (UNIDESA) desarrolla la electrónica –software y hardware-, los juegos y los muebles para las actividades de juego. Estos productos comercializados se clasifican en: Máquinas recreativas (Tipo B) y Kits de juego (que permiten modernizar los juegos sin invertir en máquinas).
- (35) CIRSA INTERACTIVE CORPORATION: diseña, desarrolla y comercializa (bajo la marca Forward Systems) sistemas de interconexión y gestión para salas de juego y sistemas online para videoloterías destinadas a casinos, salas de juego y bingos.

Gestión y Explotación de actividades de juego:

- (36) Dentro de este tipo de actividades se encuentra, por un lado, la gestión de máquinas recreativas y de azar en locales de juego como salones de juego, salas de bingos o casinos y en locales de restauración (bares), operando CIRSA en 2018 un total de 28.019 máquinas tipo B ubicadas en aproximadamente 18.000 puntos y, por otro, la explotación de (i) salas de bingo, en las que se ofrecen máquinas recreativas y apuestas deportivas con creciente presencia de estas dos actividades frente a las actividades propiamente de bingo, explotando CIRSA 37 salas de bingo en el territorio nacional; (ii) salones de juego, donde se ofrecen tanto máquinas recreativas como apuestas presenciales, explotando 173 salones de juego en España; y (iii) de casinos, siendo 4 los casinos que explota CIRSA en España: La Toja, Las Palmas, Marbella y Valencia. Todos ofrecen mesas de juego y máquinas tragaperras y el de Valencia, además, una sala de póker.
- (37) El negocio de apuestas y el juego online, se desarrolla, gestiona y presta a través de SPORTIUM, empresa creada a través de una Joint Venture entre CIRSA y LADBROKERS al 50%.
- (38) El grupo CIRSA se encuentra controlado desde 2018 por THE BLACKSTONE GROUP, L.P. (BLACKSTONE). BLACKSTONE es un gestor de activos global con

sede en Estados Unidos que cotiza en la bolsa de Nueva York y opera como una empresa de administración de inversiones.

- (39) BLACKSTONE, a través de los fondos de inversiones que controla directa o indirectamente en Europa, está activa en el sector de alquiler de inmuebles (tanto residenciales como no residenciales), en el sector de promoción inmobiliaria y en el sector de gestión hotelera.
- (40) La facturación de BLACKSTONE/GRUPO CIRSA en el ejercicio económico 2017, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE BLACKSTONE/CIRSA (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[>2.500]	[>250]	[>60] ³

Fuente: Notificación

V.2. GIGA GAME SYSTEM OPERATIONS, S.L.U. (GGSO)

- (41) GGSO es la sociedad holding del Grupo Giga Game, tenedora de distintas sociedades de nacionalidad española.
- (42) Las áreas de negocio del conjunto de empresas que conforman el GGSO se dividen en cuatro: máquinas recreativas en establecimientos de hostelería; 51 salones de juego repartidos por Cataluña y Valencia; salas de bingo, con una oferta total de nueve (9) salas en territorio español; y un casino, situado en la Costa Brava. La actividad del casino incluye las mesas de juego (Black Jack, Póker sin descarte y Póker Cash), las ruletas, las mesas de juego electrónico, máquinas de azar y apuestas deportivas.
- (43) GGSO no está activo en servicios de juego y apuestas online.
- (44) La facturación de GGSO en el ejercicio económico de 2018, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según la notificante, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE GGSO (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[<250]	[>60]

Fuente: Notificación

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1. Mercados de producto

- (45) La operación notificada se enmarca en el sector de los juegos de suerte, envite y azar que, previa autorización administrativa, son gestionados por empresas privadas y que se desarrollan en establecimientos adecuados para dicha finalidad, o bien por el canal *on line*.

³ De esta cifra [...] millones corresponden al volumen de negocios de *Blackstone* y [...] millones a la facturación de CIRSA.

- (46) La adquirente opera en los ámbitos de fabricación y venta de máquinas de juego y gestión y explotación de actividades de juego: explotación de casinos, bingos, salones de juego y de máquinas tipo B en locales de restauración, así como juego *on line*. La adquirente centra su actividad únicamente en la explotación de un casino, salones de juego, bingo y máquinas recreativas en establecimientos de hostelería; no tiene actividad ni en la fabricación y venta de máquinas de juego ni en servicios de juego y apuestas online.
- (47) Siguiendo el precedente nacional CIRSA / GBC ⁴, cabe diferenciar los juegos de azar de gestión pública o semipública (en adelante juegos públicos) de los de gestión privada.
- (48) Los juegos públicos comprenden aquéllos gestionados a través de la entidad pública empresarial Loterías y Apuestas del Estado (“LAE”) ⁵, así como aquellos gestionados a través de las Comunidades Autónomas ⁶. Dentro de los juegos públicos se incluirían también aquellos gestionados por la Organización Nacional de Ciegos de España (“ONCE”) ⁷.
- (49) Por su parte, los juegos de gestión privada comprenden el juego de mesa practicado –ruleta francesa y americana, black-jack, póquer, etc- y los juegos en máquinas tipo C) en casinos; el bingo en salas autorizadas para este juego (incluyendo tanto la venta de cartones, como el juego en máquinas tipo B); y aquellos practicados mediante máquinas tipo B recreativas de los establecimientos de hostelería y salones de juego.
- (50) Adicionalmente, señala la notificante que, de forma más reciente, se ha observado la incorporación de manera creciente al mercado privado del juego, de apuestas deportivas y de todo tipo llevadas a cabo tanto físicamente, en cualquiera de los establecimientos referidos anteriormente, como *online* a través de casas de apuestas y otras páginas web y aplicaciones móviles; y todos los juegos en línea de los llamados “casinos *online*” (que básicamente reproducen todos aquellos juegos de azar que se puedan encontrar físicamente en un casino).
- (51) Ambas partes de la operación están presentes en el mercado de **gestión del juego privado**, consistente en la gestión de máquinas recreativas y de azar en locales de juego como salones de juego, salas de bingos o casinos y en locales de restauración (bares) así como en la explotación de casinos, bingos y salones de juego.
- (52) Siguiendo el precedente nacional, N-04062 CIRSA / GBC, se podría plantear si los juegos de gestión privada en los que operan las partes conforman un único mercado de producto o varios mercados diferenciados. En este sentido, el extinto Servicio de Defensa de la Competencia (SDC) concluyó que, desde el punto de vista de la **“sustituibilidad de la demanda, existen distintos elementos que**

⁴ N-04062 CIRSA / GBC, 2004.

⁵ Los juegos gestionados por la LAE son: La Lotería, la Primitiva, los Euromillones, la Bonoloto, el Sorteo de Navidad, la Quiniela, el Quinigol, Lototurf, y el sorteo del Niño. Asimismo, la mayoría de Comunidades Autónomas tienen sus entidades públicas de gestión de loterías.

⁶ Los juegos gestionados por la EAJA (Entitat Autònoma de Jocs i Apostes de la Generalitat de Catalunya) son: la Lotto 6/49, la Loto Ràpid, el Trio, el Super 10, la Loto Express, el Supertoc, y la Grossa.

⁷ Los juegos gestionados por la ONCE son: el Cupón diario, el Cuponazo, el Sueldazo de Fin de Semana, el Eurojackpot, el Super Once, el Triplex de la Once, el 7/39, los Rascas, y el Cupón Extraordinario.

pueden conducir a diferenciar distintos mercados dentro del juego de gestión privada”.

- (53) En primer lugar, debe tenerse en cuenta que algunos juegos privados se juegan individualmente (máquinas) y otros colectivamente (casinos y bingos). La naturaleza individual y colectiva del juego puede constituir un factor relevante de las preferencias de los jugadores, que permita segmentar el mercado. Así, los juegos de máquina, en tanto que individuales, podrían no ser sustitutivos del bingo y juegos de mesa en casinos.
- (54) En segundo lugar, y en relación con los juegos de gestión privada de naturaleza colectiva (bingo y juegos de mesa de casinos), considera que son heterogéneos. En este sentido, afirma el SDC, es razonable pensar que los jugadores pueden apreciar la existencia de diferencias entre ambos, destacando (i) las distintas características y reglas de juego del bingo y de los juegos de casino; (ii) la mayor variedad de juegos en un casino que en un bingo; (iii) el hecho de tener que pagar entrada (casino) o no (bingo); (iv) la diferencia de apuesta mínima entre el bingo (mucho menor) y la mayoría de juegos del casino.
- (55) En tercer lugar, concluía que era poco probable que, ante un pequeño pero significativo incremento en el precio de los cartones de un bingo, un consumidor opte por abandonar el bingo y visitar un casino.
- (56) Además de la sustituibilidad entre los juegos, el SDC distingue la **sustituibilidad entre los establecimientos** que los ofrecen. Indica que, si bien tanto en los establecimientos de hostelería como en las antesalas de casinos y salas de bingo se puede jugar con máquinas, solo en los casinos y bingos se pueden practicar juegos colectivos. Así, los consumidores encuentran en las antesalas de bingo y casino una oferta relativamente parecida a juegos individuales, pero sensiblemente diferente a la oferta de juegos colectivos. La resolución concluía resaltando la mayor dependencia de facturación de los casinos en concepto de las máquinas (22,4%) frente al 1% de los bingos⁸.
- (57) Por su parte, la notificante, partiendo de estas referencias, considera que el mercado de juegos de azar y apuestas ha experimentado una gran evolución a nivel mundial y español en los últimos años, pudiéndose hablar de una total transformación del sector debida a: i) la tendencia a agrupar la oferta de máquinas recreativas y de azar en salones de juego, salas de bingo y casinos; (ii) al incremento de jugadores; (iii) la aparición de las apuestas presenciales y *on line*; y iv) la implantación de páginas de juego *on line*.
- (58) El hecho de la agrupación de la oferta en los distintos establecimientos, lleva a la notificante a concluir que el cliente que busca jugar a máquinas tragaperras se traslada indistintamente a salones de juego, salas de bingo o incluso a casinos. Este hecho vendría corroborado no sólo por la conclusión del precedente nacional en que se decía que la gestión de las máquinas recreativas en la hostelería competía con los salones de juego, sino que, además, las cifras de 2018 confirmarían que esta tendencia se ha consolidado, disminuyendo el negocio en

⁸ En la actualidad, según la información aportada por la notificante, los beneficios obtenidos por los casinos a través de las máquinas son incluso mayores que los que le reportan las mesas, y en el caso de los bingos, los ingresos que le reportan las máquinas constituirían prácticamente el [50-60]% de los que se obtienen a través de la venta de cartones de bingo.

hostelería y aumentando el juego de salones. Adicionalmente, considera que las salas de bingo y los casinos han pasado a asimilarse cada vez más a la oferta de salones de juego, siendo la actividad de las máquinas recreativas la que más crece en estos establecimientos. Todo ello evidenciaría, en opinión de la notificante, la clara sustituibilidad de la oferta dada en hostelería, salones de juego, salas de bingo e incluso casinos.

- (59) Por otra parte: i) la aparición del juego *on line* que reproduce fielmente los juegos de las máquinas tipo B y C que se pueden encontrar en las salas tradicionales (casinos, bingos y otros establecimientos) y las apuestas deportivas, tanto físicas como en línea; ii) la universalización del acceso al juego, y iii) que los juegos *on line* sean cada vez más sofisticados y se asemejen tanto en calidad como en experiencia de los usuarios a aquellos que se pueden encontrar en los salones y salas de juego tradicionales hacen que, en opinión de la notificante, se pueda hablar de una competencia directa entre el juego *on line* y el juego presencial.
- (60) Adicionalmente, concluye que el sector *on line* compite directamente con los salones y salas de juego físicas, en parte atrayendo a un perfil nuevo de clientes, que no acudía tradicionalmente a estas salas de juego, pero que a raíz del descubrimiento de salas y bingos *on line* comienza a acudir a los salones tradicionales.
- (61) Todas estas transformaciones del sector, en opinión de la notificante, deberían llevar a plantearse una nueva consideración sobre el mercado del producto. Propone superar el análisis y conclusiones del precedente nacional donde el SDC consideró que el mercado de juegos de gestión privada podría no ser un mercado único constituido por juegos suficientemente sustitutivos, y concluir que no procede realizar mayores segmentaciones del mercado de producto relevante.
- (62) Esta Dirección, sin embargo, considera, siguiendo el precedente nacional que, a día de hoy, pueden mantenerse los argumentos a favor de la diferenciación de los distintos juegos de gestión privada, tanto por las razones ya esgrimidas por el lado de la demanda, como por el lado de la oferta, en particular:
1. Por las diferencias de adjudicación: por procedimiento de concurso en el caso de los casinos frente a la concesión de licencia de los bingos. Este hecho hace que la oferta de casinos sea muy inferior a la de bingos.
 2. Los requisitos regulatorios: sustancialmente diferentes entre casinos y bingos⁹, no siendo posible para un operador convertir una sala de bingo en un casino sin fuertes inversiones, y ello, aunque lograrse la adjudicación del concurso.
 3. El muy escaso número de empresas que centran sus actividades en todas las actividades del juego lo que explicaría la muy escasa diversificación¹⁰.

⁹ Decreto 204/2001, de 24 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de casinos de juego: "Las empresas titulares de autorizaciones de Instalación de casinos [...] deben constituir una fianza de 601.012,10 euros. Decreto 86/2012, de 31 de julio, de aprobación del Reglamento de los juegos del bingo (DOGC de 2 de agosto de 2012) establece que las empresas titulares de autorizaciones de instalación de salas de bingo, [...] deben constituir una fianza, de acuerdo con la categoría establecida en el artículo 21.4, por la cuantía siguiente: a) Para salas de tercera categoría: 24.000 euros; b) Para salas de segunda categoría: 36.000 euros; c) Para salas de primera categoría: 48.000 euros.

¹⁰ La notificante reconoce que tan solo 4 empresas están presentes en todos los canales; 6 regentan bingos y algún casino y 8 comparten los canales presenciales con el canal *on line*.

Por su parte, la Dirección General de Ordenación del Juego apuntaba, en su contestación al requerimiento realizado, a la distinta regulación, autonómica, en juego presencial y *on line* exclusivamente autonómico, y nacional en juego *on line* no exclusivamente autonómico; la mayor trazabilidad que aportan los juegos *on line* en la medida en que se requiere la creación de un usuario (ID y contraseña); y las distintas formas de protección del Orden Público.

- (63) Conviene además indicar que, a pesar de la irrupción del juego *on line* y de apuestas deportivas que llevaron a la promulgación de la Ley del juego del 2011, no se puede concluir de forma determinante, tal y como lo hace la notificante, que se hayan producido cambios importantes en las preferencias de los consumidores desde el juego presencial hacia el juego *on line*, sino que más bien se observa un solapamiento de doble relación de consumo debido, en gran medida, al desarrollo tecnológico y las limitaciones de tiempo de ocio. En el caso particular de España, no muestra de manera definitiva que se haya producido una sustitución del juego *on line* por el de presencia física, sino que, por el contrario, existen signos de complementariedad¹¹.
- (64) Por todo ello, esta Dirección considera que las manifestaciones de la notificante no son concluyentes y se puede seguir considerando que los mercados de producto se pueden distinguir por el establecimiento o canal existiendo mercados de salones de juego, locales de hostelería, bingos y casinos.
- (65) A efectos de la presente operación y dada la actividad de las partes, se analizarán **i) mercados de juego de máquinas recreativas y de azar en bares (hostelería); (ii) salones de juego; (iii) el juego en establecimientos de bingo (iv) y casinos.**

VI.2 Mercados geográficos

- (66) El precedente nacional consideró que, desde el punto de vista de la demanda, la propia naturaleza de los juegos gestionados por operadores privados en España permitiría considerar un ámbito inferior al nacional.
- (67) La notificante, por su parte, plantea que el ámbito geográfico debería ser el nacional, a pesar de reconocer que un jugador no va a recorrer cientos de kilómetros para acudir, por ejemplo, a una sala de bingo y que, desde el punto de vista de la oferta, existen limitaciones físicas a la implantación de locales
- (68) Sin embargo, indica también que la posibilidad de jugar *on line* desde cualquier sitio y en cualquier momento implica la pérdida de relevancia del factor físico como punto determinante del mercado geográfico, debiendo atenderse tanto al perfil y forma de juego, como a la oferta de los propios operadores del mercado.
- (69) Como ya se ha indicado, el caso particular de España no muestra de manera definitiva que se haya producido una sustitución del juego *on line* por el de presencia física, sino que, por el contrario, podrían existir signos de complementariedad, lo que lleva, dadas las condiciones actuales del mercado, a mantener la diferenciación entre ambos.

¹¹ Totally Gaming "The marriage between online and landbased. A REGULATOR'S VIEW". D. Juan Espinosa García, 2.6.2016.

- (70) Por ello, esta Dirección, siguiendo el precedente nacional y otros comunitarios¹², considera que al requerirse la presencia física del jugador en el local de que se trate, no se considera realista que la demanda final vaya a trasladarse a una población muy alejada de su lugar de residencia habitual o temporal.
- (71) Por otra parte, las diferencias en normativa de juego y fiscalidad pueden determinar que las condiciones de competencia, por el lado de la oferta, no sean homogéneas en las distintas Comunidades Autónomas, a pesar de la existencia de una cierta armonización. Por todo ello se considera que continúan existiendo indicios razonables de que el ámbito de los mercados de juego privado no *on line* pueda ser inferior al nacional.
- (72) Una aproximación pertinente al análisis geográfico de estos mercados sería, como anticipó el precedente nacional, la medición de una distancia razonable que requeriría un potencial cliente para jugar en casinos, bingos o establecimientos con máquinas de juego, mediante la técnica de las isócronas a los efectos de definir las áreas de influencia. Posiblemente se observaría, dadas las especificidades de la oferta, -y a pesar de la agrupación de productos en un mismo establecimiento-, que las distancias serán mayores para casinos que para bingos, y, en todo caso, mayores éstas que las de salones de juego y establecimientos con máquinas en hostelería.
- (73) Por tanto, a pesar de la propuesta de la notificante de considerar como mercado geográfico el ámbito nacional, esta Dirección deja abierta la definición de mercado geográfico, por lo que se analizarán los posibles mercados tanto geográficos como de producto, prestando una especial atención al ámbito geográfico provincial e inferior.
- (74) En conclusión, se analizarán los mercados gestión y explotación de cada uno de los segmentos de juegos de azar físicos (no *on line*), distinguiendo el **ámbito nacional, autonómico y local**.

VII. ANÁLISIS DEL MERCADO

VII.1. Características del mercado

- (75) El mercado del juego privado en España empezó su actividad en el año 1977, momento en el que se liberalizó el mismo.
- (76) Inicialmente, el sector fue regulado mediante normativa de ámbito estatal, si bien en la actualidad, y como consecuencia de la asunción por parte de todas las Comunidades Autónomas de sus competencias en materia de juego, recogidas en sus respectivos Estatutos de Autonomía, ha pasado a ser un sector cuya regulación detallada corresponde en exclusiva a dichas Comunidades Autónomas. Las distintas exigencias propias de cada tipo de juego privado, recogidas en las diferentes normativas autonómicas, son muy diversas.
- (77) Así, en el caso de **casinos**, todos los ubicados en España son gestionados mediante concesiones sacadas a concurso por las correspondientes Comunidades Autónomas. Cuando una empresa quiere concursar para ser

¹² M.3373-ACCOR/COLONY/DESSEIGNE-BARRIERE/JV

concesionaria de un casino debe satisfacer determinados requerimientos, entre los que destacan la necesidad de constituir una sociedad mercantil a efectos únicamente de la explotación de dicho casino, desembolsar un mínimo de capital social o prestar importantes fianzas. Una vez adjudicada la concesión a favor de un operador, la explotación acostumbra a tener una duración de 10 a 15 años renovables.

- (78) El precio de las fichas y los porcentajes de los premios están también regulados por la correspondiente administración, dejando únicamente cierto margen a los operadores en relación con los precios de las entradas, o los precios relativos a los servicios accesorios, tales como los de restauración.
- (79) En cuanto a las máquinas Tipo C (aquellas instaladas en los casinos), también sus explotadores requieren igualmente de una autorización específica para cada una de ellas. Las cantidades a apostar y el premio resultante son variables, al igual que sucede con las máquinas de Tipo B.
- (80) El mercado del juego del **bingo** también es objeto de una fuerte regulación. Al igual que los operadores de máquinas y casinos, los titulares de las salas de bingo deben estar inscritos en los correspondientes registros autonómicos, inscripción que comporta, entre otras consideraciones, la necesidad de depositar fianzas.
- (81) La explotación de las salas de bingo también se encuentra estrictamente regulada en cuanto al número máximo de bingos posibles, en la totalidad del territorio de la Comunidad Autónoma o de una ciudad (contingentación), distancias mínimas entre salas, precio máximo de los cartones, porcentaje mínimo del premio a repartir, o número máximo de salas en las que se puede participar, ya sea como titular de la licencia o como gestor. Se limita igualmente el número de máquinas Tipo B ubicadas en la entrada a las salas en función de su aforo, etc.
- (82) El mercado de **salones de juego** se ve, así mismo, sometido a regulación por parte de las Comunidades Autónomas. Las normativas autonómicas afectan a las condiciones para la apertura de salones fijando superficies mínimas, distancias entre ellos o con bingos y casinos, con centros docentes, topes a la instalación por ciudad o provincia, espacio destinado a hostelería, etc.
- (83) Por último, por lo que respecta a **máquinas recreativas** (Máquinas Tipo B) que se encuentran en hostelería y salones de juego fundamentalmente, las empresas explotadoras de las mismas, además de adaptar sus máquinas a los altos estándares técnicos y de calidad exigidos, deben disponer de una autorización específica para cada una de dichas máquinas. Asimismo, la instalación de las máquinas está reservada en exclusiva a los operadores que ostentan permisos de explotación de dichas máquinas¹³. Ello, en un entorno en el que cada Comunidad Autónoma establece un contingente, ya sea fijando un número

¹³ Artículo 6.6 de la Ley 15/1984, de 20 de marzo, del Juego en Cataluña: "la instalación de máquinas recreativas con premio en establecimientos de hostelería y en otros establecimientos de características similares solamente puede autorizarse a una empresa operadora"; artículo 22 del Decreto 23/2005, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de máquinas recreativas y de azar (Cataluña): "La instalación de las máquinas de juego está reservada a los solicitantes de los permisos de explotación de máquinas, que deberán presentar la documentación necesaria para conseguir dichos permisos"; artículo 27.2 del mismo Decreto: "la instalación de máquinas de tipo B en los establecimientos a que hacen referencia los apartados d) y e) del artículo 24.1 de este reglamento la debe hacer una empresa operadora y se debe autorizar, en cualquier caso, como actividad complementaria de la actividad principal de estos locales".

máximo de máquinas para el total de territorio o estableciendo un número máximo por establecimiento o área geográfica.

VII.2. Estructura de la oferta

- (84) El mercado del juego privado en España está integrado por 53 salas de casinos, 316 salas de bingos, 3.150 salones de juego y unas 199.417¹⁴ máquinas de tipo B, de las que casi el 80% se encuentran situadas en 129.113 locales de hostelería, el 18,7% en salones de juego y el 1,7% en bingos¹⁵.
- (85) Tal y como se desprende del Anuario del Juego 2018, los servicios de gestión y explotación del juego en España son prestados por empresas multinacionales, así como por una considerable cantidad de empresas grandes y medianas, con un alto nivel tecnológico.
- (86) Aunque la estructura del sector, a nivel global, presenta una alta atomización tanto en el nivel operador como en el de locales de juego, en el caso de determinadas empresas, existe un grado notable de integración vertical y los propietarios de los locales (salones de juego) son al mismo tiempo operadores distribuidores de las máquinas, y también los fabricantes o proveedores del material. Los grandes grupos a nivel nacional suelen estar presentes en todas las distintas fases y en los distintos segmentos como bingos o casinos.
- (87) En determinados casos, sin embargo, las empresas gestoras de los juegos en los distintos establecimientos no son propietarias de las instalaciones. Esto se produce de forma especialmente importante en el caso de la gestión de máquinas tipo B en establecimientos hosteleros, donde las empresas de juegos sólo son gestoras, correspondiendo la titularidad del establecimiento al hostelero, que contrata con las empresas de juego la instalación y gestión de las máquinas, a cambio de una contraprestación dineraria (generalmente determinada por una cantidad fija al inicio del contrato y un porcentaje de los ingresos de las máquinas). Aunque de forma menos pronunciada, este modelo también se produce en relación con las máquinas instaladas en salones de juego.

MERCADO NACIONAL DEL JUEGO PRIVADO ¹⁶ sin on line				
2018				
Empresa	GGR ¹⁷		Facturación	
	(M€)	Cuota	(M€)	Cuota
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2017				
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%

¹⁴ 195.279 en hostelería y salones de juego que son las consideradas en el análisis de cuotas.

¹⁵ Anuario del Juego 2018.

¹⁶ La referencia al Mercado del Juego Privado incluye tanto segmento de juego en hostelería, salones de juego, bingo y casino.

¹⁷ (Gross Gaming Revenue): Se calcula como la diferencia entre la ganancia neta (la cantidad que los jugadores apuestan menos la cantidad que ganan) y el impuesto que paga un establecimiento con respecto a los suministros de juegos de azar

CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
TOTAL Mercado	4.533	100%	[...]	100%
2016				
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
TOTAL Mercado	4.279	100%	[...]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

Hostelería y Salones de Juego¹⁸

- (88) En el segmento de hostelería hay en torno a 150.000 máquinas instaladas en casi 130.000 locales, viéndose claramente la gran atomización. Por su parte, en relación con los salones de juego, con más de 3.000 locales, se encuentra que las principales cadenas de salones no poseen, en general, más de 100 salas, lo que supone menos del 4% del total¹⁹.

MERCADO NACIONAL DEL JUEGO Establecimientos 2018				
Empresa	Hostelería		Salones de Juego	
	Nº Locales	Cuota	Nº Locales	Cuota
CIRSA	17.572	[10-20]%	172	[0-10]%
GGSO	[...]	[0-5]%	53	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	225	[0-10]%
OTROS	[...]	[80-90]%	2.925	[80-90]%
TOTAL Mercado	129.113	100%	3.150	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO NACIONAL DEL JUEGO Máquinas B Hostelería/Salones de Juego 2018		
Empresa	Nº Máquinas	Cuota
CIRSA	28.019	[10-20]%
GGSO	6.649	[0-5]%
CONJUNTA	34.668	[10-20]%
OTROS	160.611	[80-90]%
TOTAL Mercado	195.279	100%

¹⁸ En relación con el juego en los establecimientos hosteleros, se debe indicar que generalmente, el dueño del local pone a disposición del operador de juego un espacio por el que cobra un determinado precio, así como una parte de la recaudación. La notificante indica que un establecimiento hostelero donde se instala una máquina, percibe de la empresa operadora 2 conceptos de ingresos por la explotación de las máquinas:

1. El importe que la empresa operadora entrega al establecimiento hostelero como derechos de exclusiva para la instalación de las máquinas por un determinado período (por ej. 5 años).
2. El porcentaje de participación en la recaudación que generan las máquinas.

A nivel de mercado, la suma de los conceptos 1 y 2 hacen que el propietario de un establecimiento hostelero medio perciba de media entre un 55% y un 60% de la recaudación neta generada por la máquina, siendo el restante 45%-40% para la empresa operadora.

¹⁹ Adicionalmente se observa una gran variedad de oferta en cuanto al tipo de salones que varía desde salones más o menos convencionales, salones con una oferta de máquinas diversificada y una hostelería cuidada, salones que se instalan en centros comerciales, *sports cafés*, etc.

Fuente: Estimación de la notificante

Bingo

- (89) La estructura empresarial del bingo tiende al minifundismo. La mitad de las salas dependen de empresas con menos de tres salas, aunque tienden lentamente a la concentración y al crecimiento de algunos grupos intermedios. La otra mitad está gestionada por cadenas²⁰.

MERCADO NACIONAL DEL JUEGO Bingo						
2018						
Empresa	GGR		Facturación		Locales	
	(M€)	Cuota	(M€)	Cuota	Nº	Cuota
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	39	12,5%
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%	8	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	47	[10-20]%
CODERE		[0-5]%		[0-5]%		
BALLESTEROS		[0-10]%		[0-10]%		
ORENES		[0-5]%		[0-5]%		
ALFREDO GARCIA		[0-5]%		[0-5]%		
RANK		[0-5]%		[0-5]%		
GRUPO AUTOMATICOS CANARIAS		[0-5]%		[0-5]%		
COMAR		[0-5]%		[0-5]%		
OTROS		[30-40]%		[20-30]%	269	[80-90]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%	316	100%
2017						
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%		
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%		
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%		
OTROS	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%		
Total Mercado	713	100%	[...]	100		
2016						
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%		
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%		
CONJUNTA	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%		
OTROS	[...]	[70-80]%	[...]	[70-80]%		
Total Mercado	661	100%	[...]	100%		

Fuente: Estimación de la notificante

Casinos

²⁰ Anuario del Juego, 2018, Pag. 205.

- (90) Según se desprende el Anuario de Juego, 2018, la oferta de casinos la gestionan varias cadenas alrededor de grupos empresariales que abarcan otras vertientes del juego y empresas especializadas independientes.

MERCADO NACIONAL DEL JUEGO Casino 2018						
Empresa	GGR		Facturación		Locales	
	(M€)	Cuota	(M€)	Cuota	Nº	Cuota
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	4	[0-10]%
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%	1	[0-10]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	5	[0-10]%
LUCKIA		[0-10]%		[0-10]%	4	[0-10]%
ORENES		[0-10]%		[0-10]%	8	15%
ACRISMATIC		[0-10]%		[0-10]%	3	[0-10]%
GRUPO PERALADA		[20-30]%		[20-30]%	3	[0-10]%
COMAR		[10-20]%		[10-20]%	10	[10-20]%
OTROS		[20-30]%		[20-30]%	20	[30-40]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%	53	100%
2017						
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%		
GGSO	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%		
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%		
OTROS	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%		
TOTAL Mercado	347	100%	[...]	100%		
2016						
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%		
GGSO	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%		
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%		
OTROS	[...]	[80-90]%				
TOTAL Mercado	316	100%	[...]	100%		

Fuente: Estimación de la notificante y anuario del juego.

VII.3. Estructura de la demanda, canales de distribución, precios, barreras a la entrada, competencia potencial.

- (91) La demanda de los servicios de juego está muy atomizada, por estar integrada por personas físicas, el jugador, consumidor de los servicios de juego que cuenta con un nulo poder de negociación. Este perfil de demanda implica un elevado número de clientes que suponen individualmente un volumen de negocio relativamente pequeño.

Barreras de entrada y competencia potencial

- (92) La gran variedad de tipos de establecimiento y agentes involucrados en el mercado del juego privado conforma un entorno en el que se imponen numerosas limitaciones de tipo regulatorio, tal y como pone de manifiesto la notificante. Estas restricciones afectan tanto al acceso como al ejercicio de la actividad: desde la atribución de monopolios o *numerus clausus* a la exigencia de licencias previas

de actividad, pasando por autorizaciones adicionales de explotación, homologaciones de sistemas técnicos, especificaciones detalladas en el desarrollo de los distintos juegos (precios máximos y mínimos, premios máximos, porcentaje de retorno mínimo y, mecánica, dinámica y modalidades del juego...) o medidas adicionales destinadas a propiciar un juego responsable.

- (93) Según señala la Dirección General de Ordenación del Juego, en el requerimiento realizado por esta Dirección de Competencia en el marco de la presente operación de concentración, el alto grado de intervención pública unido al hecho de que se aplique normativa a nivel autonómico comporta un elemento considerable de fragmentación, con la necesidad de que los agentes económicos se vean sujetos a dicha intervención reiteradamente en los distintos territorios en que ejercen la actividad.
- (94) A esta dispersión habría que añadir el hecho de que la normativa autonómica aplicable en los distintos territorios no siempre resulta análoga y algunos de estos elementos pueden trascender la condición de cargas administrativas más o menos onerosas para los agentes económicos afectados, o bien suponer verdaderos elementos impeditivos o al menos determinantes de la oferta de juegos pudiendo configurar de manera decisiva las posibilidades de entrada en el mercado y su evolución a nivel dinámico. Entre estas medidas se pueden mencionar la existencia de un número cerrado de operadores, las limitaciones al número de permisos de máquinas o las distancias mínimas de apertura entre locales.
- (95) Para el caso concreto de **Cataluña**, que es donde se observan las mayores cuotas conjuntas derivadas de la operación, en el segmento del **bingo**²¹, las autorizaciones concedidas tienen una validez de diez años renovables por períodos de igual duración²² y existe un límite máximo de 75 autorizaciones de salas de bingo para todo el territorio de la Comunidad Autónoma²³, sin que se pueda autorizar el traslado ni la instalación de nuevas salas de bingo cuando existan otras salas autorizadas dentro de un radio de 1.000 metros.
- (96) En la actualidad de las 75 salas de bingo con posibilidad de autorización, existen 51²⁴ abiertas y operativas y se han solicitado permisos de apertura para las restantes 24 salas posibles por terceros operadores del mercado. Ninguna de las solicitudes de permisos para nuevas salas de Bingo son de la notificante o de la adquirida.
- (97) En el segmento de **salones de juego**²⁵, las empresas interesadas se deben inscribir en el Registro de empresas de máquinas recreativas y de azar y constituir una fianza. Se establece una superficie mínima útil de los salones de juego en función del número de habitantes de la población, teniendo, además las autorizaciones una validez de diez años, renovables por períodos de igual duración. Existe en este caso una contingentación de 127²⁶ salones de juego para

²¹ Decreto 23/2005, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de máquinas recreativas y de azar.

²² Artículo 13, Decreto 86/2012, de 31 de julio

²³ Artículo. 7 del Decreto 240/2004)..

²⁴ 48 a 31.12.2018 según la SG de Gestió i Control de Joc i Apostes.

²⁵ Decreto 37/2010, de 16 de marzo por el que se aprueba el Reglamento de Salones Recreativos y de Juego de Cataluña.

²⁶ Decreto 240/2004, de 30 de mayo, de aprobación del Catálogo de juegos y apuestas de Catalunya.

todo el territorio de Cataluña²⁷ y se establece una distancia mínima de 1.000 metros para la instalación de nuevos salones de juego.

- (98) En su caso, en el segmento de **hostelería**, no existe una limitación absoluta al número de locales que pueden albergar máquinas B pero, sin embargo, sí existen limitaciones al número de permisos de explotación de máquinas B que se pueden instalar²⁸ y de hecho, el acceso a los permisos en circulación se encuentra en manos de los titulares actuales de los mismos²⁹.
- (99) Tal y como informa la notificante, en la práctica no puede aumentarse el número de máquinas preexistente, ya que para dar de alta una máquina nueva se requiere dar de baja otra del mismo tipo, manteniéndose el permiso de explotación que tenía la máquina anterior.
- (100) Sin embargo, las empresas propietarias de los permisos pueden poner hasta un 20% de su cartera en situación de baja, lo que permite no tener los permisos en uso sin tener que devolver los mismos. Según los datos aportados por la notificante basados, en los datos de Andemar (Asociación de empresarios de Máquinas Recreativas), habría aproximadamente un 15% de permisos de baja que podrían introducirse en el mercado. De este 15%, la adquirente tendría un 3,8% y la adquirida un 2,5% por lo que estas empresas tendrían en conjunto aproximadamente un 41% de los permisos de baja del mercado.
- (101) Del mismo modo, si una empresa operadora procediera a dar de baja definitiva un permiso de una máquina recreativa, ese permiso se perdería definitivamente³⁰. Sin embargo, carece de sentido económico dar de baja definitiva una licencia en la medida en que es posible su transmisión y hasta ese momento, es posible tenerla de baja temporal sin incurrir en costes. Esto hace que la única forma en la que un gestor de máquinas pueda acceder a nuevas licencias sea a través de la compra de las mismas a otros operadores.
- (102) En opinión de la notificante, a pesar de que el mercado pueda parecer contingentado por el hecho de que no se puedan conceder nuevos permisos de máquinas, lo cierto es que existe un exceso de permisos ya que la mayoría de empresas tienen un alto porcentaje de los mismos en baja temporal³¹.
- (103) En relación con el segmento de máquinas en hostelería, se debe señalar que, de acuerdo con la información aportada por la adquirente, el sistema funciona de tal forma que los propietarios de los locales de hostelería contratan con los gestores de máquinas tipo B para la gestión de las mismas. Lo mismo ocurre con aquellos salones que no son gestionados por los titulares de la licencia.

²⁷ Decreto 163/2015, de 21 de julio de Modificación del Decreto 240/2004, de 30 de marzo.

²⁸ Decreto 240/2004, de 30 de marzo, en su artículo 9.3. *"No se pueden emitir permisos de explotación para máquinas de tipo B, o recreativas con premio, destinadas a los establecimientos de hostelería, de restauración y otros de características similares ; a menos que se trate de una alta por sustitución de una máquina de las mismas características"*.

²⁹ Decreto 324/1985, de 28 de noviembre, en cuyo artículo 3 b) señala lo siguiente *"b) A partir del 15 de diciembre de 1985 no se emitirán nuevas guías de circulación para máquinas del tipo «B» para instalar en locales de hostelería. Las licencias que actualmente amparan estas máquinas podrán renovarse en beneficio de otras nuevas"*.

³⁰ A 31 de diciembre de 2018, CIRSA tendría 1.373 permisos en baja temporal y GGSO 915 lo que supone un total de 2.288 permisos no utilizados.

³¹ Según informa la Subdirección General de Gestión y Control de Juego y Apuestas de Cataluña, el total de permisos autorizados en Cataluña es de 38.356, de los cuáles 36.672 estarían instalados en hostelería (2018). A mayo 2019, el total de máquinas instaladas y explotadas asciende a 31.060, el resto, 5.612, están suspendidas temporalmente, embargadas o almacenadas.

- (104) De acuerdo con la información requerida a la notificante, estos contratos suelen tener una duración de unos 5 años con prórrogas automáticas (salvo oposición), si bien existen contratos con una duración de 10 años y cláusulas de no competencia durante el periodo en que dura la gestión. De acuerdo con la información aportada por la adquirente, de estos contratos, la notificante tiene instaladas alrededor de un [...] % de máquinas recreativas en bares con pactos de exclusividad suscritos³², tanto en contratos de 5 como, en menor medida, de 10 años de duración, mientras que la adquirida tiene en todos sus contratos un pacto de exclusividad.
- (105) Por tanto, una vez concluido el plazo del contrato, los propietarios del establecimiento hostelero pueden modificar la empresa que gestiona las máquinas sin incurrir en costes excesivos, si bien, dada la importancia de la competencia por el mercado que se genera cuando se acerca el momento de renovación de los contratos, la periodicidad con que se produzca dicha oportunidad, es decir, la posibilidad de hacerse con un nuevo contrato, resulta de especial relevancia en la dinámica competitiva del mercado.
- (106) En este sentido, junto a la competencia real existente en el mercado, habría que tener en cuenta que existe una competencia potencial (en relación con la explotación de máquinas tipo B), en la medida en que los gestores con licencias en baja temporal, podrían, sin incurrir en costes más allá de los propios de la instalación de máquinas, sustituir a otro gestor de máquinas (una vez se haya finalizado el plazo de duración del contrato).
- (107) Finalmente, el hecho de que la normativa autonómica aplicable en los distintos territorios no siempre resulte análoga puede dificultar la libre circulación y el libre establecimiento y generar asimetrías entre la situación en las distintas comunidades autónomas. Así, la obligación de inscribirse con efectos constitutivos en los registros de operadores de las sucesivas comunidades autónomas, o la necesidad de que una máquina de juego deba ser homologada con arreglo a los criterios de la normativa del territorio donde vaya a ser instalada son factores regulatorios que favorecen la concentración de las actividades de una empresa en una determinada zona geográfica.

Fijaciones de precio

- (108) El mercado del juego privado se encuentra muy intervenido por la legislación autonómica, siendo el precio uno de los elementos más regulados.
- (109) Cada una de las Comunidades Autónomas es la que fija el precio de las partidas, los cartones en bingos o las fichas en casinos, sin que el operador tenga un margen de intervención respecto a dicha variable.
- (110) De forma similar ocurre con los premios ya que son las distintas Comunidades Autónomas las responsables de fijar cual será el porcentaje de premios mínimos en una u otra tipología del juego. Sin embargo, los operadores de juego tendrán

³² La relación entre la empresa operadora y el establecimiento de hostelería se basaría en una relación administrativa derivada de la autorización de emplazamiento (Artículo 37.2 del Decreto 23/2005, de 22 de febrero), que ampara la instalación de la máquina por un periodo no superior a 5 años.

la capacidad de aumentar los premios por encima del nivel mínimo fijado por la normativa.

- (111) Según la notificante, los premios que han venido otorgando las máquinas operadas tanto por la adquirente como por la adquirida se establecen en el nivel mínimo regulado sin que exista competencia en premios entre los distintos operadores.
- (112) Estas restricciones sobre el precio hacen que el nivel de competencia en precios en el mercado del juego privado sea muy reducido, centrándose la competencia en factores tales como la ubicación (a veces contingentada por la regulación vía distancias mínimas), la pertenencia a un grupo, el aforo de las instalaciones, la calidad de los servicios accesorios o la capacidad para adaptarse a las nuevas tecnologías.

VII.4. Cuotas de Mercado

- (113) A **nivel autonómico**, en **Cataluña**, el solapamiento entre las partes derivado de la operación supera el 30% de cuota para el mercado del juego privado sin *on line* en su conjunto. Para el segmento de hostelería y salones de juego, este porcentaje supera el [40-50]% en GGR y facturación y siendo cercano al [40-50]% tanto en número de locales de hostelería como en número de máquinas gestionadas. Así mismo, para el bingo la cuota supera el [40-50]% en facturación, siendo cercana al [40-50]% en número de locales.

MERCADO DEL JUEGO PRIVADO sin <i>online</i> CATALUÑA				
2018				
Empresa	GGR		Facturación	
	(M€)	Cuota	(M€)	Cuota
CIRSA	[...]	[20-30]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%
GRUPO PERALADA		[10-20]%		[20-30]%
SERVIMATIC		[0-5]%		[0-5]%
OTROS		[40-50]%		[30-40]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2017				
CIRSA	[...]	[20-30]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[30-40]%	[...]	[20-30]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2016				
CIRSA	[...]	[20-30]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[30-40]%	[...]	[20-30]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO CATALUÑA Hostelería/Salones de Juego ³³				
2018				
Empresa	GGR		Facturación	
	(M€)	Cuota	(M€)	Cuota
CIRSA	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
GGSO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%
CODERE		[0-5]%		[0-5]%
SERVIMATIC		[0-10]%		[0-5]%
OTROS		[40-50]%		
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2017				
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[20-30]%
GGSO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%
OTROS	[...]	[50-60]%	[...]	[50-60]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2016				
CIRSA	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
GGSO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%
OTROS	[...]	[50-60]%	[...]	[60-70]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO CATALUÑA (Nº Locales) 2018				
Empresa	Hostelería		Salones de Juego	
	Nº Locales	Cuota	Nº Locales	Cuota
CIRSA	[...]	[20-30]%	19	[10-20]%
GGSO	[...]	[10-20]%	14 ³⁴	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[30-40]%	33	[20-30]%
OTROS	[...]	[60-70]%	94	[70-80]%
TOTAL Mercado	18.790	100%	127	100%

Fuente: Estimación de la notificante

³³ En relación con los salones de juego, parte de la facturación y de las cuotas se corresponde a salones gestionados por la adquirente o la adquirida, pero propiedad de un tercero. Si se analizase la cuota de aquellos sobre los que las empresas son propietarios y gestores, ésta sería menor.

³⁴ Dos de los salones de juego (el situado en Vic y el situado en Manresa) estarían operando a través de una licencia de Bingo y no de Salón de Juego.

MERCADO DEL JUEGO CATALUÑA Máquinas B ³⁵ 2018		
Empresa	Nº Máquinas	
CIRSA	[...]	[20-30]%
GGSO	[...]	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[30-40]%
OTROS	[...]	[60-70]%
TOTAL Mercado	32.242	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO CATALUÑA Bingo						
2018						
Empresa	GGR		Facturación		Locales	
	(M€)	Cuota	(M€)	Cuota	Nº	Cuota
CIRSA	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	12	[20-30]%
GGSO	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	8	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[30-40]%	[...]	[40-50]%	20	[30-40]%
GRUPO RODRIGUEZ		[10-20]%				
RANK		[10-20]%				
JAVIER GONZÁLEZ		[10-20]%				
OTROS		[30-40]%				
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%	51	100%
2017						
CIRSA	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%		
GGSO	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%		
CONJUNTA	[...]	[30-40]%	[...]	[40-50]%		
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%		
2016						
CIRSA	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%		
GGSO	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%		
CONJUNTA	[...]	[30-40]%	[...]	[40-50]%		
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%		

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO CATALUÑA Casino						
2018						
Empresa	GGR		Facturación		Locales	
	(M€)	Cuota	(M€)	Cuota	Nº	Cuota
CIRSA	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%	0	[0-5]%

³⁵ Instaladas en locales de hostelería y salones de juego exclusivamente.

GGSO	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	1	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	1	[20-30]%
GRUPO PERALADA		[90-100]%		[90-100]%	3	[70-80]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%	4	100%
2017						
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%		
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%		
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%		
OTROS	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%		
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%		
2016						
CIRSA	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%		
GGSO	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%		
CONJUNTA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%		
OTROS	[...]	[90-100]%	[...]	[90-100]%		
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%		

Fuente: Estimación de la notificante

- (114) En la **Comunidad Valenciana** el solapamiento derivado de la operación alcanza cuotas que superan el [10-20]% de 2016 a 2018 en el mercado del juego en su conjunto, así como para el segmento de hostelería y salones de juego para los tres años. La cuota conjunta en número de locales para salones y número de máquinas gestionadas en 2018 sería del [10-20]% y [10-20]%, respectivamente.

MERCADO DEL JUEGO sin online VALENCIA				
2018				
Empresa	GGR		Facturación	
	(M€)	Cuota	(M€)	Cuota
CIRSA	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CODERE		[0-10]%		[0-5]%
ACRISMATIC		[10-20]%		[10-20]%
OTROS		[60-70]%		[50-60]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2017				
CIRSA	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[20-30]%
OTROS	[...]	[80-90]%	[...]	[70-80]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2016				
CIRSA	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%

CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
OTROS	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO VALENCIA Hostelería/Salones de Juego				
2018				
Empresa	GGR		Facturación	
	(M€)	Cuota	(M€)	Cuota
CIRSA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
GGSO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CODERE		[0-10]%		[0-10]%
SERVIMATIC		[10-20]%		[10-20]%
OTROS		[60-70]%		[60-70]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2017				
CIRSA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
GGSO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
OTROS	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2016				
CIRSA	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
GGSO	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
OTROS	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%
TOTAL Mercado	[...]	100	[...]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO VALENCIA (Nº Locales) 2018				
Empresa	Hostelería		Salones de Juego	
	Nº Locales	Cuota	Nº Locales	Cuota
CIRSA	[...]	[0-5]%	13	[0-5]%
GGSO	[...]	[0-10]%	39	[10-20]%
CONJUNTA	[...]	[0-10]%	52	[10-20]%
OTROS	[...]	[90-100]%	298	[80-90]%
TOTAL Mercado	25.000	100%	350	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO VALENCIA Máquinas B 2018		
Empresa	Nº Máquinas	
CIRSA	[...]	[0-10]%
GGSO	[...]	[0-10]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%
OTROS	[...]	[80-90]%
TOTAL Mercado	26.051	100%

Fuente: Estimación de la notificante

- (115) En la **Comunidad de Aragón**, también se observa un solapamiento que supera el [10-20]% entre 2016 y 2018 en GGR y facturación. Al analizar por segmentos del sector del juego, esta cuota conjunta supera el [20-30]% en 2017 y 2018 en hostelería y salones de juego, en número de locales para hostelería ([20-30]%) y número de máquinas gestionadas ([20-30]%).

MERCADO DEL JUEGO PRIVADO sin online ARAGÓN				
2018				
Empresa	GGR		Facturación	
	(M€)	Cuota	(M€)	Cuota
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
MONPERZARSA		[0-10]%		[0-10]%
VALISA		[0-10]%		[0-10]%
BALLESTEROS		[0-10]%		[0-10]%
OTROS		[60-70]%		[60-70]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2017				
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
OTROS	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2016				
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
OTROS	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO ARAGÓN Hostelería/Salones de Juego				
2018				
Empresa	GGR		Facturación	
	(M€)	Cuota	(M€)	Cuota
CIRSA	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
MONPERZARSA		[10-20]%		[10-20]%
VALISA		[0-10]%		[0-10]%
OTROS		[50-60]%		[50-60]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2017				
CIRSA	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
OTROS	[...]	[70-80]%	[...]	[70-80]%
TOTAL Mercado	[...]	100%	[...]	100%
2016				
CIRSA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[0-5]%	[...]	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
OTROS	[...]	[80-90]%	[...]	[80-90]%
TOTAL Mercado	[...]	100	[...]	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO ARAGÓN (Nº Locales) 2018		
Empresa	Hostelería	
	Nº Locales	Cuota
CIRSA	[...]	[20-30]%
GGSO	[...]	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[20-30]%
OTROS		
TOTAL Mercado	3.556	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO ARAGÓN Máquinas B 2018		
Empresa	Nº Máquinas	
CIRSA	[...]	[10-20]%
GGSO	[...]	[0-5]%
CONJUNTA	[...]	[20-30]%
OTROS	[...]	[80-90]%

TOTAL Mercado	6.406	100%
---------------	-------	------

Fuente: Estimación de la notificante

- (116) A **nivel provincial en Cataluña para 2018**, la cuota conjunta en número de establecimientos de **hostelería supera el [30-40]% en Barcelona, Tarragona y Lérida**, siendo del [20-30]% en Gerona.
- (117) En **salones de juego la provincia de Tarragona presenta una cuota del [40-50]%**, si bien cada uno de los 5 salones se encuentran en una localidad distinta. Del análisis de isócronas facilitado por la notificante se observa que el único salón de juego adquirido por la notificante se encuentra en la zona de mayor competencia de la provincia de Tarragona en la que, en una distancia de 22,5Km estarían establecidos, tras la operación, 3 salones propiedad de la notificante sobre un total de 11 salones (en manos de 5 competidores distintos), estando sólo uno de ellos, el adquirido, en la **ciudad de Tarragona**, compitiendo en esta localidad con otros 3 salones (cada uno perteneciente a una empresa distinta), reduciéndose la cuota al **[20-30]%**.
- (118) En el segmento del **bingo** en función del número de locales, para 2018, la **provincia de Barcelona** presenta una cuota del **[30-40]%**.
- (119) De las capitales de provincia, tan solo las **ciudades de Barcelona y Lérida** presentan una cuota conjunta **superior al 30%** ([30-40]% y [30-40]% respectivamente), en 2018 en número de locales de hostelería. En bingo, la ciudad de Barcelona tiene una cuota del [30-40]%.

MERCADO DEL JUEGO PROVINCIAS CATALUÑA Hostelería 2018			
PROVINCIA	EMPRESA	Nº Locales	Cuota
Barcelona			
	CIRSA	[...]	[20-30]%
	GGSO	[...]	[10-20]%
	CONJUNTA	[...]	[30-40]%
	Total Mercado	13.197	100%
Tarragona			
	CIRSA	[...]	[20-30]%
	GGSO	[...]	[0-10]%
	CONJUNTA	[...]	[30-40]%
	Total Mercado	2.092	100%
Lérida			
	CIRSA	[...]	[20-30]%
	GGSO	[...]	[10-20]%
	CONJUNTA	[...]	[30-40]%
	Total Mercado	1.670	100%
Gerona			
	CIRSA	[...]	[20-30]%
	GGSO	[...]	[0-10]%

	CONJUNTA	[...]	[20-30]%
	Total Mercado	1831	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO MUNICIPIOS CATALUÑA Hostelería 2018			
CIUDAD	EMPRESA	Nº Locales	Cuota
Barcelona			
	CIRSA	[...]	[20-30]%
	GGSO	[...]	[0-10]%
	CONJUNTA	[...]	[30-40]%
	Total Mercado	3.812	100%
Tarragona			
	CIRSA	[...]	[10-20]%
	GGSO	[...]	[0-5]%
	CONJUNTA	[...]	[10-20]%
	Total Mercado	352	100%
Lérida			
	CIRSA	[...]	[20-30]%
	GGSO	[...]	[10-20]%
	CONJUNTA	[...]	[30-40]%
	Total Mercado	602	100%
Gerona			
	CIRSA	[...]	[20-30]%
	GGSO	[...]	[0-5]%
	CONJUNTA	[...]	[20-30]%
	Total Mercado	234	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO PROVINCIAS CATALUÑA Salones de Juego 2018			
PROVINCIA	EMPRESA	Nº Locales	Cuota
Barcelona			
	CIRSA	13	[10-20]%
	GGSO	10	[10-20]%
	CONJUNTA	23	[20-30]%
	Total Mercado	90	100%
Tarragona			
	CIRSA	5	[30-40]%
	GGSO	1	[0-10]%
	CONJUNTA	6	[40-50]%
	Total Mercado	14	100%
Lérida			

	CIRSA	0	0%
	GGSO	1	[10-20]%
	CONJUNTA	1	[10-20]%
	Total Mercado	8	100%
Gerona			
	CIRSA	1	[0-10]%
	GGSO	2	[10-20]%
	CONJUNTA	3	[20-30]%
	Total Mercado	15	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO MUNICIPIOS CATALUÑA Salones de Juego 2018			
CIUDAD	EMPRESA	Nº Locales	Cuota
Barcelona			
	CIRSA	4	[10-20]%
	GGSO	3	[0-10]%
	CONJUNTA	7	[20-30]%
	Total Mercado	35	100%
Tarragona			
	CIRSA	0	[0-5]%
	GGSO	1	[20-30]%
	CONJUNTA	1	[20-30]%
	Total Mercado	4	100%
Lérida			
	CIRSA	0	[0-5]%
	GGSO	1	[10-20]%
	CONJUNTA	1	[10-20]%
	Total Mercado	7	100%

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO PROVINCIAS CATALUÑA Bingo 2018			
PROVINCIA	EMPRESA	Nº Locales	Cuota
Barcelona			
	CIRSA	7	[10-20]%
	GGSO	7	[10-20]%
	CONJUNTA	14	[30-40]%
	Total Mercado	37	100%
Girona			
	CIRSA	0	[0-5]%
	GGSO	1	[10-20]%
	CONJUNTA	1	[10-20]%

	Total Mercado	5	100%
--	---------------	---	------

Fuente: Estimación de la notificante

MERCADO DEL JUEGO MUNICIPIOS CATALUÑA Bingo 2018			
CIUDAD	EMPRESA	Nº Locales	Cuota
Barcelona			
	CIRSA	1	[0-10]%
	GGSO	5	[20-30]%
	CONJUNTA	6	[30-40]%
	Total Mercado	17	100%

Fuente: Estimación de la notificante

- (120) **A nivel provincial en la Comunidad Valenciana**, Valencia, Castellón y Alicante presentan cuotas conjuntas, en número de locales, inferiores al 10% en 2018 para el segmento de hostelería siendo la cuota conjunta en número de locales, para dichas provincias del [10-20]%, [10-20]% y [10-20]%, respectivamente.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (121) La operación de concentración proyectada consiste en la toma de control exclusivo por parte de CIRSA GAMING CORPORATION, S.A.U. (CIRSA) mediante la adquisición del 100% del capital social de GIGA GAME SYSTEM OPERATIONS, S.L.U. (GGSO).
- (122) Como resultado de la operación, y según las estimaciones aportadas por la notificante, aparecen cuotas cercanas y, en algún caso superiores, al 40% en los mercados más estrechos de salones de juego, hostelería y bingo.
- (123)
- (124) Las altas cuotas han motivado un análisis más detallado a niveles inferiores y separando ambos segmentos. Al desglosar las cuotas en segmento de hostelería y segmento salones de juego, se aprecia una reducción de las mismas por debajo del 40%.
- (125) Por tratarse de juego presencial, se han analizado las cuotas en relación con el número de locales. A **nivel provincial**, las **cuotas conjuntas** para locales de **hostelería con máquinas de juego en 2018 son, en Barcelona de un [30-40]%** (adición [10-20]%) **y en Lérida de un [30-40]%** (adición [10-20]%) ; estas cuotas, a **nivel local**, se reducen, para el caso de **la ciudad de Barcelona**, a un **[30-40]%** (adición [0-10]%) y aumentan ligeramente para **la ciudad de Lérida**, hasta un **[30-40]%** (adición [10-20]%).
- (126) Para los **salones de juego**, si bien la cuota conjunta en función del número de salones para Cataluña es, para 2018, del [20-30]%, se observa que, a nivel provincial, en **Tarragona**, la cuota se eleva al **[40-50]%** (adición de [0-10]%).

- (127) En relación con los salones de juego y la gestión de máquinas en hostelería, hay que señalar que, si bien las **barreras de entrada** son, con carácter general, inferiores a las existentes en bingos o casinos, tanto en requisitos administrativos como en regulación, la **contingentación** existente sí constituye una barrera a la entrada para potenciales competidores. De hecho, tanto en el canal *horeca* como en el caso de salones de juego, ya se ha alcanzado el número máximo de permisos de explotación y licencias, respectivamente, permitidos por la regulación.
- (128) Por otro lado, la existencia de una competencia efectiva por el mercado viene determinada, de manera fundamental, por la frecuencia con la que se puedan producir las renovaciones de los contratos, por lo que cuanto mayor sea la **duración de los contratos**, mayor es la merma de las posibilidades de competir por hacerse con nuevos contratos.
- (129) Adicionalmente, la existencia de **cláusulas de exclusividad** en los contratos mercantiles que regulan las relaciones en el canal *horeca*, eliminan la posibilidad de que, en aquellos supuestos en los que el espacio físico lo haga factible, exista más de un competidor que pueda desarrollar la actividad mientras duren los contratos. En este sentido, la notificante tiene instaladas alrededor de un [...] % de máquinas recreativas en bares con los que existen pactos de exclusividad, mientras que la adquirida tiene en todos sus contratos dichos pactos.
- (130) Frente a estas barreras de entrada debe tenerse en cuenta que, en el caso del canal *horeca*, a pesar de la contingentación derivada del número máximo de permisos de explotación de máquinas existente, hay aproximadamente un 15% de permisos autorizados para máquinas en Cataluña que no están siendo operativos en el mercado. De éstos, alrededor de un 6% estaría en manos de las partes de la operación, lo que deja un 9% de permisos en manos de competidores que podrían ser, eventualmente, utilizados. Asimismo, la transmisibilidad de las licencias a otros operadores, la posibilidad de cambiar de empresa operadora una vez vencido el plazo de duración del contrato, sin costes, y la elevada dispersión de la demanda (número de bares autorizados para el juego), son factores que contribuyen a compensar parcialmente la concentración en este sector.
- (131) En conclusión, en relación con las máquinas tipo B en bares, en la medida en que existe un exceso de permisos de baja temporal y que no existen costes de cambio de operador (una vez superada la duración de los contratos de gestión), cabe pensar que los efectos de las cuotas resultantes de la operación podrían verse atenuados en la medida en que: i) la competencia actual en precios es inexistente al operar las empresas del mercado con premios mínimos fijados reglamentariamente a los que se alinean los premios de las partes; ii) la existencia de los permisos de baja supone una presión competitiva potencial. Sin embargo, **la larga duración de los contratos asociada a cláusulas de exclusividad de la misma duración de los contratos, son factores que podrían reforzar los problemas derivados de la concentración que genera la operación.**
- (132) En relación con las cuotas resultantes en salones de juego, debe considerarse que, sólo en la provincia de Tarragona, aparece una cuota superior al 40% y que tras el análisis de las isócronas presentado por la adquirente, se ha observado

que el salón adquirido se encuentra en el entorno con más competencia dentro de la provincia de Tarragona, existiendo varios salones que podrían competir con el mismo y que se encuentran, además, en manos de distintos competidores. Asimismo, a nivel local, en la ciudad de Tarragona, no existe solapamiento y la cuota se sitúa en un [20-30]% (1 establecimiento sobre 4).

- (133) En relación con el bingo, a *nivel autonómico*, la cuota conjunta en Cataluña 2018 es de **[40-50]%** (adición de [10-20]%) en facturación y de [30-40]% (adición de [0-10]%) en GGR; la cuota conjunta calculada en función del número de locales de bingo explotados es en 2018 del [30-40]%. Al descender a niveles territoriales inferiores se observa una ligera reducción de la cuota: la provincia de Barcelona [30-40]% y en Barcelona ciudad del [30-40]% (adición [20-30]%).

IX. COMPROMISOS PROPUESTOS

- (134) Dadas las elevadas cuotas conjuntas que presenta la notificante en los segmentos de gestión de juego en los ámbitos señalados, particularmente en gestión de máquinas en establecimiento de hostelería, salones de juego, así como en el segmento de bingo, de acuerdo con el artículo 59 de la LDC y al objeto de facilitar la resolución de autorización de la operación en primera fase por parte del Consejo de la CNMC, la notificante ha presentado una serie de compromisos.
- (135) Para el segmento de **hostelería** en Cataluña donde hay establecidas cláusulas de exclusividad actualmente en vigor, la notificante (y la adquirida) se comprometen a (i) eliminar el carácter de exclusiva de todos sus contratos, tanto en relación con las máquinas, como en relación con otras actividades de juego distintas de las máquinas (ii) vincular la duración de sus contratos a la duración regulatoria (autorización de emplazamiento) de las máquinas y, en todo caso, a un plazo no superior a cinco (5) años y (iii) para hacer efectivas dichas medidas establece un calendario de duración máxima de 24 meses; aquellos contratos que venzan dentro del plazo de 24 meses se irán modificando según sean renovados y aquellos que venzan más allá de los 24 meses se renegociarán antes de 24 meses a razón de 25% por semestre
- (136) Para el segmento de **salones de juego**, la notificante se compromete a (i) no suscribir contratos de cogestión con pactos de exclusiva, con titulares de licencias de salones, por un plazo mayor de cinco (5) años y (ii) a modificar los contratos de cogestión vigentes que sean superiores a cinco (5) años en un plazo no superior a 12 meses.
- (137) Para el segmento de **bingo**, la notificante se compromete a iniciar el 1 de septiembre de 2019 los trámites para el cierre de dos (2) de los bingos de la adquirida en Barcelona ciudad, con fecha límite de cierre efectivo 1 de marzo de 2021.

X. VALORACIÓN DE LOS COMPROMISOS

- (138) De acuerdo con el artículo 10 de la LDC, la CNMC valorará las concentraciones económicas atendiendo a la posible obstaculización del mantenimiento de una competencia efectiva en todo o en parte del mercado nacional.

- (139) Por otro lado, el artículo 59 de la LDC prevé que cuando de una concentración puedan derivarse obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva, las partes notificantes, por propia iniciativa o a instancia de la CNMC, pueden proponer compromisos para resolverlos.
- (140) Asimismo, debe señalarse que el RDC en su artículo 69.5 establece que los compromisos presentados en primera fase sólo podrán ser aceptados cuando el problema de competencia detectado sea claramente identificable y pueda ser fácilmente remediado.
- (141) Esta Dirección considera que los compromisos propuestos por CIRSA remedian los problemas de competencia detectados por la elevada concentración en los segmentos de salones de juego y bingo, así como en la gestión de máquinas tipo B en el segmento de hostelería, derivados de la operación de concentración.
- (142) Para el **segmento de hostelería en Cataluña, la eliminación de las cláusulas de exclusividad** tanto en los contratos de la adquirente como de la adquirida favorece la competencia dentro de un mismo local, allí donde sea posible, en un segmento donde la competencia en precios del propio juego es inexistente y el producto muy homogéneo, **potenciándose la competencia en el mercado** en relación con las condiciones en que se pueden negociar los nuevos contratos.
- (143) Adicionalmente, **la reducción de la duración de los contratos hasta cinco (5) años**, tanto de la adquirente como de la adquirida, contribuye a aumentar las ventanas de oportunidad para potenciar el cambio de empresa operadora favoreciendo una mayor **competencia por el mercado** entre los titulares de los permisos de explotación en cada momento.
- (144) Igualmente, para el **segmento de salones de juego, la eliminación de cláusulas de exclusividad, así como la reducción de la duración de los contratos** contribuirán a incrementar la competencia dentro de los propios locales, así como a favorecer la posible entrada de nuevos competidores con mayor frecuencia.
- (145) En relación con las cláusulas de exclusividad contenidas en los contratos con una duración superior a los 5 años, éstas son susceptibles de ser analizadas bajo la óptica del artículo 5.1 a) del Reglamento (UE) nº 330/2010 de la Comisión de 20 de abril de 2010 relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas, que no considera aplicable a las mismas la exención prevista en su artículo 2. En consecuencia, la compatibilidad con las normas de competencia de los contratos de la adquirente y de la adquirida vigentes fuera del territorio de Cataluña que contengan dichas cláusulas de exclusividad serán analizados en el marco de una información reservada de conformidad con lo previsto en el artículo 49 LDC, salvo que fueran también sustituidos en los términos previstos en los compromisos presentados.
- (146) Asimismo, y a los efectos de garantizar que las cláusulas de exclusividad más dañinas, por su duración, sean eliminadas en primer lugar, la modificación de los contratos propuesta por la adquirente, a razón de un 25% por semestre, deberá comenzar, en todo caso, por los contratos que contengan exclusivas por períodos de 10 años y avanzar, teniendo en cuenta la duración de los mismos,

sustituyéndose, en último lugar, los de menor duración, tal y como se ha comprometido la notificante.

- (147) Finalmente, en relación con el **segmento de bingo, el cierre propuesto de 2 locales de bingo en la ciudad de Barcelona**, cuyas licencias pueden ser adquiridas por nuevos competidores, contribuyendo a reducir la presión sobre la cuota actualmente existente, se reduciría notablemente tanto a nivel de la provincia como de Barcelona ciudad. Adicionalmente hay un número mayor de licencias solicitadas, de las cuales ninguna pertenece a la adquirente o a la adquirida por lo que la cuota podría llegar a ser inferior al 30%.
- (148) Las contestaciones recibidas por los operadores consultados -competidores de los distintos segmentos, autoridades de regulación y asociaciones de hostelería y bingo- sobre los compromisos propuestos, refuerzan esta valoración, en la medida en que manifiestan que la operación no altera las condiciones competitivas en los mercados analizados, existiendo suficientes alternativas para el cliente en los mismos y valorando los compromisos de forma positiva, como medidas adecuadas para mantener la competencia.
- (149) A la vista de todo lo expuesto, esta Dirección estima que la propuesta de compromisos efectuada por CIRSA es adecuada (por suficiente y proporcionada) y eficaz para resolver los problemas de competencia detectados en la operación de concentración, reduciendo considerablemente las barreras de entrada existentes en los mercados afectados, potenciando una mayor competencia en el mercado y por el mercado. Todo ello permite disipar los efectos sobre la competencia que se pudieran derivar de la misma en el mercado del sector privado del juego no *on line* en Cataluña, en particular en los segmentos de hostelería y salones de juego, así como de bingo, donde la operación despliega mayores efectos derivados del solapamiento entre las partes y de las barreras de entrada preexistentes.

XI. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la LDC se propone autorizar la concentración subordinada al cumplimiento de los compromisos presentados por la notificante con fecha 18 de julio de 2019, en aplicación del artículo 57.2.b) de la LDC.

Asimismo y teniendo en cuenta la Comunicación de la Comisión Europea sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, se propone excluir (i) los pactos de no competencia que van más allá de lo que razonablemente sería necesario por: i) incluir productos no ofrecidos por la adquirida (juegos y apuestas on-line), ii) restringir la competencia fuera del ámbito geográfico en que se encontraba la adquirida, iii) restringir la posibilidad de tener participaciones de no control en empresas competidoras, quedando en su caso sujeto a la normativa propia de acuerdos entre empresas lo que exceda de ese, alcance y ámbito geográfico. Con respecto a las cláusulas de no captación aquellos pactos que imponen restricciones al comprador van más allá de lo que razonablemente es necesario quedando sujetos a la normativa propia de acuerdos entre empresas.