

## **INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN**

### **EXPEDIENTE C/0312/10 SER/RADIO LLEIDA (Activos)**

---

#### **I. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 3 de diciembre de 2010 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) notificación de una operación de concentración consistente, según las empresas notificantes, en la adquisición por parte de SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, S.L. (SER) y PRENSA LERIDANA, S.A. (GRUPO SEGRE) del control conjunto sobre la RADIO LLEIDA, S.L. (RADIO LLEIDA), una sociedad de nueva creación a la que cada uno de los socios aporta determinados activos.
- (2) No obstante, a la vista de la estructura de control de RADIO LLEIDA, esta Dirección de Investigación entiende que dicha sociedad se encuentra bajo el control exclusivo de SER, por lo que la operación de concentración notificada consistiría en la adquisición por SER del control exclusivo sobre la sociedad COMUNICACIONES PLA, S.A. y sobre tres licencias radiofónicas propiedad de RADIO TERRAFERMA DE LLEIDA, S.A. (conjuntamente denominados activos GRUPO SEGRE)
- (3) Dicha notificación ha sido realizada por SER y GRUPO SEGRE, según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), por superar el umbral establecido en el artículo 8.1.a). 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 (RDC).
- (4) El artículo 57.2.c) de la LDC establece que el Consejo de la CNC 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.
- (5) Asimismo, el artículo 38.2 de la LDC 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".
- (6) Con fecha 10 de diciembre de 2010 esta Dirección de Investigación, en virtud de lo dispuesto en el artículo 55.5 de la LDC remitió un requerimiento de información a la SER que suspendió el cómputo del plazo máximo de resolución del expediente de referencia. La respuesta de la SER tuvo entrada en al CNC el 15 de diciembre de 2010.
- (7) El 16 de diciembre de 2010 la Dirección de Investigación solicitó informe sobre la operación de concentración notificada a la Autoridad Catalana de Competencia, en virtud de lo dispuesto en el artículo 39.1 de la LDC. Este informe ha tenido entrada en la CNC el 14 de enero de 2010.

- (8) Con fecha 28 de diciembre de 2010 tuvo entrada una propuesta de compromisos en primera fase de SER para resolver los problemas de competencia que se pudiesen derivar de la operación de concentración notificada. Conforme a lo dispuesto en el artículo 59.2 de la LDC, la presentación de estos compromisos amplía el plazo máximo para resolver el procedimiento en primera fase en 10 días.
- (9) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **20 de enero de 2011** inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

## **II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

- (10) Con fecha 28 de julio de 2010 SER y GRUPO SEGRE firmaron un pacto de socios, que fue completado con una adenda de 2 de noviembre de 2010, por el que ambas partes acordaban la creación de la empresa en participación denominada RADIO LLEIDA, en la que SER tendría el 66,5% del capital social y GRUPO SEGRE el 33,5%. Asimismo, en dicho pacto de socios se prevé la transferencia a RADIO LLEIDA de determinadas emisoras de radio:
  - La titularidad de las licencias de GRUPO SEGRE en Lleida (93.4 MHz), Miralcamp (98.4 MHz) y Solsona (104.4 MHz), a través de la transferencia del 100% del capital social de COMUNICACIONES PLA, S.A.
  - La cesión en arrendamiento por un periodo indefinido de las licencias de GRUPO SEGRE (a través de RADIO TERRAFERMA DE LLEIDA, S.A.) en Lleida (103.6 MHz), Sort (89.6 MHz) y Vielha (97.2 MHz)
  - La titularidad de las licencias de Cervera (99.2 MHz), Lleida (1.287 OM), Lleida (92.6 MHz), todas ellas propiedad de SER<sup>1</sup>.
  - La cesión en arrendamiento por un periodo indefinido de las licencias de Bossóst (88.2 MHz) y Lleida (102.2 MHz), propiedad de SER.
- (11) Como se ha señalado anteriormente, SER y GRUPO SEGRE notificaron la adquisición del control conjunto de RADIO LLEIDA y los activos que ambos socios aportan a esta sociedad, por entender que ambos socios tienen la posibilidad de ejercer una influencia decisiva sobre RADIO LLEIDA.
- (12) Sin embargo, conviene tener en cuenta que en el pacto de socios entre SER y GRUPO SEGRE se establece que:
  - la gestión ordinaria de RADIO LLEIDA será desempeñada por SER<sup>2</sup>,

---

<sup>1</sup> La primera de ellas es actualmente titularidad del SER, mientras que las otras dos lo son de Radio España de Barcelona, S.A.

<sup>2</sup> Cláusula CUARTA del Pacto de Socios, firmado el 28 de julio de 2010 y modificado el 2 de noviembre de 2010.

- la programación deberá acatarse al Convenio Marco de la Cadena Ser<sup>3</sup>,
  - [...] <sup>4 5</sup>
- (13) A la vista de lo anterior, esta Dirección de Investigación entiende que RADIO LLEIDA se encuentra bajo el control exclusivo de SER, en la medida que GRUPO SEGRE no dispondrá de la capacidad de ejercer una influencia decisiva sobre RADIO LLEIDA.
- (14) Por este motivo, esta Dirección de Investigación entiende que la operación de concentración notificada consiste realmente en la adquisición por parte de SER del control exclusivo sobre los activos aportados a RADIO LLEIDA por parte del GRUPO SEGRE, consistentes en 6 licencias radiofónicas. Tres de estas licencias pasan a estar bajo el control de SER al cederse el 100% del capital social de COMUNICACIONES PLA, S.A. a RADIO LLEIDA. Las otras tres licencias pasan a estar bajo la estructura de control de SER como consecuencia de los contratos de arrendamiento indefinido de las mismas a RADIO LLEIDA, que equivalen a una transferencia indefinida de los derechos de uso de estos activos.
- (15) A la vista de lo anterior, existe una operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC, cuya ejecución está condicionada a su autorización por la Comisión Nacional de la Competencia y el Consejo Audiovisual de Cataluña.

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

- (16) 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, por no alcanzar los umbrales descritos en el artículo 1.
- (17) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1.a) de la misma. En cambio, la operación de concentración notificada no cumple los requisitos previstos el artículo 56 de la LDC para su tramitación mediante formulario abreviado.

---

<sup>3</sup> Cláusula SEXTA del Pacto de Socios.

<sup>4</sup> Cláusula CUARTA del Pacto de Socios. En la misma se establece un quórum reforzado del 70% en la Junta General de Accionistas para determinadas materias (modificación estatutos, emisión deuda, ampliaciones capital, etc.) De las mismas, únicamente podría ser susceptible de ser una decisión estratégica la emisión de deuda. No obstante, teniendo en cuenta que RADIO LLEIDA sólo va a operar como titular o arrendataria de las emisoras, correspondiendo su gestión y programación a SER, no es previsible que RADIO LLEIDA necesite emitir deuda para operar.

<sup>5</sup> Figura entre corchetes aquella información cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

#### **IV. EMPRESAS PARTICIPES**

##### **IV.1. SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, S.L. (SER)**

- (18) SER es una sociedad constituida en 1940 tras la fusión de varias cadenas cuyo objeto social es la explotación, gestión y dirección de emisoras de radiodifusión.
- (19) SER está integrado en PRISA RADIO, S.L. que en España, está presente tanto en los ámbitos de la radio convencional o de programación generalista (a través de Cadena Ser y Ona FM) como en el de la radio fórmula o de contenido temático (en este último, a través de las programaciones 40 Principales, Cadena Dial, M80 Radio, Máxima FM y Radio Olé).
- (20) Según la notificante, PRISA RADIO, S.L. es titular de 294 licencias de radiodifusión en España. Además, mantiene contratos de asociación o de afiliación con un total de 206 emisoras.
- (21) Los accionistas de PRISA RADIO, S.L. son PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A. (PRISA), con el 73,48% del capital social, GGRUPO GODÓ, S.A. (18,37%) y 3i GROUP PLC (8,14%), siendo PRISA el único accionista de control.
- (22) PRISA es una sociedad que cotiza en bolsa y matriz de un conjunto de empresas presentes en los sectores editorial y audiovisual. Las actividades de PRISA están organizadas en cuatro divisiones: Prensa, Radio, Educación-Editorial y Audiovisual.
- (23) El volumen de negocios de PRISA en el último ejercicio económico conforme al artículo 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia, es, según la notificante, el siguiente:

<b>VOLUMEN DE NEGOCIOS PRISA (millones de euros) 2009</b>		
<b>MUNDIAL</b>	<b>UE</b>	<b>ESPAÑA</b>
3.208,6	2.756,2	2.481,1

Fuente: Notificación

##### **IV.2. ACTIVOS ADQUIRIDOS**

- (24) Los activos cuyo control exclusivo adquiere SER a través de RADIO LLEIDA consisten en 6 licencias de emisoras radiofónicas situadas en la provincia de Lleida.
- (25) Tres de estas licencias son titularidad de COMUNICACIONES PLA, S.A., el 100% de cuyo capital social se transfiere a RADIO LLEIDA, y están situadas en Lleida (93.4 MHz), Miralcamp (98.4 MHz) y Solsona (104.4 MHz).
- (26) Las otras tres licencias de radio son titularidad de RADIO TERRAFERMA DE LLEIDA, S.A., y serán aportadas a RADIO LLEIDA en régimen de arrendamiento de plazo indefinido. Estas licencias están situadas en Lleida (103.6 MHz), Sort (89.6 MHz) y Vielha (97.2 MHz).

- (27) Tanto COMUNICACIONES PLA, S.A. como RADIO TERRAFERMA DE LLEIDA, S.A. están controladas por GRUPO SEGRE, grupo que integra diversos medios de comunicación (prensa y radio) en la provincia de Lleida.
- (28) El volumen de negocios atribuible a los activos adquiridos, durante el último ejercicio económico, conforme al artículo 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia es, según la notificante, el siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS ACTIVOS ADQUIRIDOS (euros) 2009 <sup>6</sup>		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500.000.000]	[<250.000.000]	[<60.000.000]

Fuente: Notificación

## V. MERCADOS RELEVANTES

### V.1 Mercado de producto

- (29) La operación afecta al sector de servicios de radiodifusión sonora, en el que operan la adquirente y los activos adquiridos.
- (30) La adquirente está presente tanto en el segmento de radio generalista como en el de radio temática musical, con programaciones como “SER convencional”, “40 Principales”, “Cadena Dial”, etc.
- (31) Los activos adquiridos Comunicaciones Pla y Terraferma operan asimismo en un mismo segmento de mercado, a saber, radio generalista.
- (32) De acuerdo con distintos precedentes nacionales<sup>7</sup> en el mercado de servicios radiofónicos el consumidor no paga por los servicios que recibe (los programas emitidos), por lo que los ingresos de las empresas que prestan servicios de radiodifusión son de carácter indirecto y se obtienen de la venta de espacios publicitarios en los programas que emiten. Esta publicidad constituye la principal vía de financiación de las empresas privadas radiofónicas y, en distinta medida, de las denominadas radios públicas comerciales<sup>8</sup>. Por ello, se ha venido considerando como relevante a los efectos del análisis de concentraciones en este ámbito el mercado de la publicidad, en particular la recogida en emisoras de radio privadas legales. En su informe sobre la presente operación, la autoridad catalana de competencia coincide con este análisis.

<sup>6</sup> Estas son las mejores estimaciones que la notificante ha podido presentar respecto al volumen de negocios de los activos afectados por la operación.

<sup>7</sup> Véase informe TDC C-91/05 Radio y del SDC N-05081 UNIÓN RADIO/ANTENA 3 RADIO C-91/05 RADIOS, el expediente N-05081 UNIÓN RADIO/ANTENA 3 RADIO, así como el reciente expediente de la CNC C/0232/10 COPE/UNIÓN RADIO (activos).

<sup>8</sup> En contraste con las cadenas públicas financiadas íntegramente con cargo a los presupuestos de la Administración correspondiente y, por tanto, sin publicidad.

- (33) A la luz de las consideraciones expuestas, esta Dirección de Investigación estima que el mercado de producto relevante a los efectos del análisis de la presente operación es el de publicidad en radio, en particular en emisoras de radio privadas legales.

## **V. 2 Mercados geográficos**

- (34) Teniendo en cuenta las particularidades de la publicidad en radio y su ámbito de difusión (nacional, regional o local), existen distintos marcos geográficos con condiciones de competencia homogéneas dentro de cada uno.
- (35) En este sentido, se entiende por publicidad de alcance nacional aquella que es difundida por todas las emisoras cuando emiten programación nacional. La publicidad de alcance regional es aquella que todas las emisoras de una Comunidad Autónoma emiten durante la programación regional de esas emisoras o durante las desconexiones regionales de la programación nacional. La publicidad de alcance local es la emitida durante la programación local de cada emisora y en los tiempos de desconexión local de la programación nacional o regional.
- (36) En el presente caso, y en la medida que los activos adquiridos son sólo 6 emisoras y se circunscriben a la provincia de Lleida, el efecto de la operación notificada en el ámbito nacional es mínimo, por lo que no es necesario un análisis exhaustivo de este ámbito.
- (37) Por otra parte, de cara a los ámbitos locales, y en línea con lo establecido en los precedentes nacionales anteriores citados, se considerará como ámbito geográfico relevante cada demarcación local en la que se encuentran las emisoras adquiridas, en particular, las localidades de Miralcamp, Solsona, Sort, Vielha y Lleida.

## **VI. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS**

### **VI.1 Estructura de la oferta**

- (38) Una característica de la estructura de las emisoras comerciales de radio es el sistema de “cadenas de radiodifusión”, por el que se agrupan, mediante relaciones de propiedad, contratos de asociación, afiliación u otros, un conjunto de emisoras propias y ajenas. Con ello, se busca una mayor cuota de audiencia y, por consiguiente, mayor ámbito de divulgación de publicidad, cuyos ingresos a nivel nacional y local se reparten entre los asociados mediante fórmulas diversas.
- (39) El tamaño del mercado de la publicidad en radio viene tradicionalmente determinado por tres variables: capacidad de emisión, índices de audiencia y nivel de captación de la inversión publicitaria. Estas tres magnitudes están interrelacionadas entre sí y constituyen los elementos fundamentales para que los agentes económicos aprecien la dimensión del mercado.
- (40) En este sentido, en precedentes nacionales anteriormente citados, se ha estimado que la facturación en publicidad y los índices de audiencia de cada

operador radiofónico son indicadores poco estables para medir el poder de mercado en este mercado y centró su análisis en la capacidad de emisión de cada empresa, dado que el limitado número de concesiones de radio existente (derivado de que el espectro radioeléctrico es un bien escaso) puede funcionar como una barrera a la entrada muy significativa que condicionaría la estructura competitiva de los distintos mercados de publicidad en radio, especialmente los locales.

- (41) Asimismo, conviene tener en cuenta que no existen datos públicos fiables de ingresos de publicidad y audiencia en radio a nivel local.
- (42) Según la notificante, en España existen 3.952 emisoras de radio legales, de las que 1.015 corresponden a Radio Nacional de España (y no cuentan con publicidad), 469 a emisoras públicas autonómicas, 1.073 a emisoras públicas municipales y 1.395 a emisoras privadas.
- (43) Dentro de las emisoras privadas comerciales, que son las que acaparan la práctica totalidad de la publicidad en radio en España, destacan los siguientes operadores, ya sea en términos de emisoras de las que son titulares o de emisoras que están asociadas a su programación.

EMISORAS PRIVADAS COMERCIALES DE RADIO EN ESPAÑA (a 1 de diciembre de 2010)				
	PROPIAS	ASOCIADAS	TOTAL	
PRISA RADIO	294	206	500	35,8%
Onda Cero	166	53	219	15,7%
Cope	168	43	211	15,1%
Kiss FM	96	4	100	7,2%
Punto Radio	17	58	75	5,4%
Otros	-	-	290	20,8%
TOTAL EMISORAS	-	-	1.395	100,0%

Fuente: Notificante

- (44) El reparto de los ingresos publicitarios en España entre los principales operadores españoles de radiodifusión sonora, en los tres últimos años es el siguiente:

INGRESOS POR PUBLICIDAD DE RADIO EN ESPAÑA						
Grupos Radiofónicos	2007		2008		2009	
	euros	%	euros	%	euros	%
PRISA RADIO	336.184.191	51,3%	320797000	56,1%	281.278.000	56,0%
Grupo Cope	128.108.842	19,5%	121.602.600	21,3%	97.104.000	19,3%
Grupo Onda Cero	149.478.496	22,8%	91.900.000	16,1%	84.970.000	16,9%
Punto Radio	24.600.000	3,8%	13.500.000	2,4%	10.500.000	2,1%
Otros	17.449.453	2,7%	23.992.500	4,2%	28.424.000	5,7%
TOTAL	655.820.982	100,0%	571.792.100	100,0%	502.276.000	100,0%

Fuente: Notificante

- (45) En cuanto a la audiencia, ésta se mide en función del tipo de contenidos, distinguiéndose entre radio convencional o de programación generalista, radio fórmula o de contenido temático, y mixta, que combina ambos tipos. Los índices

de audiencia en la radio a nivel nacional, para los últimos 4 años son los siguientes:

AUDIENCIA DE RADIO EN ESPAÑA (miles oyentes)								
RADIO GENERALISTA+TEMÁTICA (lunes a domingo)	2010		2009		2008		2007	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%	Miles	%
Grupo PRISA Radio	11.293	47,85%	11.224	48,23%	10.496	48,64%	10.908	49,93%
Grupo Onda Cero	3.040	12,88%	2.920	12,55%	2.614	12,11%	2.362	10,81%
Grupo Cope	2.778	11,77%	3.123	13,42%	2.939	13,62%	2.874	13,16%
Grupo RNE	2.064	8,74%	1.920	8,25%	1.770	8,20%	1.979	9,06%
Otros	4.428	18,76%	4.083	17,55%	3.761	17,43%	3.722	17,04%
TOTAL	23.603	100%	23.270	100%	21.580	100%	21.845	100%

Fuente: tercera oleada del EGM de cada año excepto 2010 (primera oleada)

- (46) De los anteriores datos de emisoras, audiencia y publicidad se deduce que el principal operador de radio en España es el grupo PRISA RADIO, adquirente de las emisoras, a gran distancia del resto de operadores.
- (47) En la provincia de Lleida existen según la notificante 150 emisoras de radio legales, de las que 30 corresponden a Radio Nacional de España, 50 a emisoras públicas autonómicas, 31 a emisoras públicas municipales y 39 a emisoras privadas<sup>9</sup>. En esta provincia PRISA RADIO es titular de 6 emisoras. Además, 2 de las 6 emisoras adquiridas (93.4 MHz Lleida y 104.4 MHz Solsona) están ya asociadas a PRISA RADIO antes de la ejecución de la operación y emiten programación de este grupo.
- (48) La audiencia según el EGM en radio temática en la provincia de Lleida se repartió en 2009 en un 54,2% para PRISA RADIO, autonómicas un 18,9% y Cadena 100 un 12,6 %. La audiencia de la radio convencional fue en 2009 en esta provincia de un 22,4 % para Cataluña Radio, un 20% para PRISA RADIO, seguidas de COPE (7,2%) y Onda Cero (6,4%).

## VI.2 Estructura de la demanda

- (49) Los principales demandantes de espacios publicitarios son las empresas interesadas en anunciar productos y servicios. No obstante, con independencia de los clientes de ámbito local o comarcal, por lo general pequeños, que se dirigen directamente a la emisora para contratar la publicidad, en la mayoría de los casos las sociedades que ofertan espacio publicitario radiofónico (las cadenas de radio comercial), no suelen entrar en contacto directo con los clientes finales. Lo usual es que éstos utilicen agencias publicitarias para diseñar campañas y éstas, a su vez, contratan el espacio publicitario a través de centrales de medios.
- (50) Por lo tanto, las centrales de medios vienen a constituir los principales clientes de las empresas proveedoras de espacio publicitario, todo ello sin perjuicio de que grandes clientes contraten directamente con las cadenas.

<sup>9</sup> La autoridad catalana de competencia aumenta esta cifra a 43 emisoras, en la medida que incluye las concesiones de emisoras comarcales.



### VI.3 Barreras a la entrada

- (51) En línea con los precedentes nacionales anteriormente citados, el análisis de los efectos de las operaciones de concentración en los ámbitos geográficos relevantes locales del mercado de publicidad en radio se debe hacer fundamentalmente desde la perspectiva de las barreras a la entrada, dada la falta de datos a nivel local de las variables de publicidad y audiencia, y en la medida que estas barreras a la entrada tienen efectos significativos sobre la competencia efectiva.
- (52) La principal barrera a la entrada para un operador privado en el mercado de la publicidad en radio se deriva de la necesidad de acceder a un recurso limitado como es el espectro radioeléctrico, cuya escasez obliga a que las emisiones radiofónicas estén reguladas tanto en el plano nacional como en el internacional.
- (53) En España, el régimen jurídico de las concesiones radiofónicas a personas físicas y jurídicas se recoge en una serie de normas sectoriales, fundamentalmente en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, que limita el número de concesiones/licencias de radio que puede haber en cada demarcación local, y establece una serie de reglas sobre el número máximo de emisoras admisibles para un mismo titular en cada demarcación, de cara al mantenimiento del pluralismo informativo.
- (54) Así, el artículo 37 de la Ley 7/2010 establece una serie de límites:
- “1. Una misma persona física o jurídica no podrá, en ningún caso, controlar directa o indirectamente más del cincuenta % de las licencias administrativas del servicio de radiodifusión sonora terrestre que coincidan sustancialmente en su ámbito de cobertura. En todo caso, una misma persona física o jurídica, no podrá controlar más de cinco licencias en un mismo ámbito de cobertura.*
  - 2. En una misma Comunidad Autónoma ninguna persona física o jurídica podrá controlar más del cuarenta % de las licencias existentes en ámbitos en los que sólo tenga cobertura una única licencia.*
  - 3. Ninguna persona física o jurídica podrá controlar directa o indirectamente más de un tercio del conjunto de las licencias del servicio de radiodifusión sonora terrestre con cobertura total o parcial en el conjunto del territorio del Estado.”*
- (55) El número de licencias de emisoras comerciales privadas se recoge en el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencia, que fue aprobado por el Real Decreto 964/2006, de 1 de septiembre.
- (56) Un operador privado puede acceder o ampliar su posición en el mercado por varias vías:
- Obteniendo la concesión administrativa correspondiente, bien mediante compra a otro titular, o acudiendo a los respectivos concursos.
  - Firmando acuerdos de asociación o asimilables con los titulares de las concesiones existentes.
- (57) Esta limitación desde la perspectiva del pluralismo al número de emisoras que un operador puede disponer en las distintas localidades también se recoge en la

práctica de las autoridades nacionales de competencia, que entendieron necesario establecer ciertos límites para salvaguardar la competencia efectiva. Así, el Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) señaló en su informe C-91/05 UNIÓN RADIO / ANTENA 3 RADIO que el principal problema de las concentraciones entre cadenas de radio deriva de la limitación del número de emisoras disponibles. Por ello, el TDC consideró necesario limitar el número máximo de emisoras por localidad que podía tener en propiedad o asociación “fuerte” cualquier empresa que quisiera concentrarse, conforme a los siguientes criterios:

- Localidades con más de 8 emisoras comerciales: la entidad resultante no podrá tener más de 4 emisoras en propiedad o asociación “fuerte”. Este límite fue aumentado a 5 por el Acuerdo del Consejo de Ministros de 27 de enero de 2006 en el expediente N-05081 UNIÓN RADIO / ANTENA 3 RADIO, a fin de hacerlo compatible con los límites introducidos por la legislación sectorial en el año 2005 (que son reproducidos por la Ley 7/2010).
- Localidades con menos de 8 emisoras: la entidad resultante no podrá tener más del 50% de las emisoras de la localidad en propiedad o asociación “fuerte”.
- Localidades con 1 sola emisora: la entidad resultante no podrá tener en propiedad o asociación fuerte más del 40% de las emisoras correspondientes a localidades con una sola emisora dentro de una misma Comunidad Autónoma.

(58) En la operación de concentración notificada, en los distintos ámbitos locales afectados, la suma de las emisoras de SER y de los activos adquiridos da lugar a las siguientes cuotas de mercado:

- En Lleida, la entidad resultante tendrá 6 de las 16 emisoras de la localidad, correspondiendo dos a los activos adquiridos. Una de las emisoras adquiridas (93.4 MHz) ya está asociada a SER y emite programación de PRISA RADIO.
- En Sort la entidad resultante adquiere y pasa a tener 1 de las tres emisoras<sup>10</sup>, no teniendo ninguna emisora asociada en este ámbito local.
- En Vielha la entidad resultante adquiere y pasa a tener 1 de las 5 emisoras<sup>11</sup>, no teniendo ninguna emisora asociada en este ámbito local.

(59) Adicionalmente, PRISA RADIO adquiere emisoras en dos localidades (Miralcamp y Solsona<sup>12</sup>) con una sola emisora. La emisora de Solsona ya está asociada a la

---

<sup>10</sup> La autoridad de competencia catalana aumenta la cifra de las emisoras de la demarcación de Sort a 4, al incluir una emisora en la demarcación Sort-Soriguera, que no pertenece a la entidad resultante.

<sup>11</sup> La autoridad catalana de competencia aumenta la cifra de las emisoras de la demarcación de Vielha a 6, al incluir una emisora que no pertenece a la entidad resultante.

<sup>12</sup> La autoridad catalana de competencia aumenta la cifra de las emisoras de la demarcación de Solsona a 2, al incluir una emisora en la demarcación Solsona-Olius, que no pertenece a la entidad resultante.

adquirente y emite programación de PRISA RADIO. Por otra parte, en Cataluña, existen 36 localidades<sup>13</sup> con una sola emisora, teniendo la entidad resultante emisora en 12 de estas localidades (y una emisora asociada en otra), siendo el límite del 40% de 14,4 localidades.

## **VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

- (60) La operación de concentración analizada en el presente expediente consiste en la adquisición por parte de SER del control exclusivo de 6 licencias de emisoras radiofónicas situadas en la provincia de Lleida, que previamente eran propiedad del GRUPO SEGRE.
- (61) A nivel nacional, PRISA RADIO es el principal operador de radio en España, cuya programación es emitida por cerca del 36% de las emisoras comerciales privadas existentes en España, muchas de ellas a través de contratos de asociación.
- (62) A este respecto, conviene recordar, como se ha visto en la definición del mercado de producto relevante a los efectos del presente expediente, que el mismo sólo comprende la publicidad de radio en emisoras privadas legales, lo que lleva a la exclusión de la estructura de la oferta de este mercado de, entre otras emisoras, las correspondientes a RNE.
- (63) En términos de ingresos la cuota de mercado en el año 2009 de PRISA RADIO era del 56%, mientras que en audiencia alcanzaba cerca del 48%.
- (64) Cope y Onda Cero se sitúan como segundo/tercer operador, a gran distancia de PRISA RADIO, con cuotas de mercado próximas al 15% en número de emisoras privadas comerciales que emiten su programación, cercanas al 20% en términos de ingresos, e inferiores al 15% en oyentes.
- (65) De esta manera, la operación de concentración notificada lleva a un reforzamiento, si bien reducido, del peso de PRISA RADIO en el mercado radiofónico español.
- (66) En el ámbito de la provincia de Lleida, donde se sitúan todas las emisoras adquiridas, el peso de PRISA RADIO es más reducido que a nivel nacional. Como consecuencia de la operación de concentración, PRISA RADIO pasa a disponer del 15% (6 emisoras) al 30% (12) de las emisoras privadas de la provincia.
- (67) En lo que respecta a los ámbitos locales afectados, en la medida que no existen datos fiables de ingresos y oyentes en este nivel, y teniendo en cuenta los precedentes y las limitaciones al número de licencias de emisoras comerciales privadas admisibles en cada demarcación, el análisis del poder de mercado de la entidad resultante y de los efectos de la operación de concentración notificada se debe realizar fundamentalmente en base a las barreras de entrada, derivadas de la estructura de licencias existente en cada demarcación local afectada.

---

<sup>13</sup> La autoridad catalana de competencia reduce la cifra de localidades en Cataluña a 25, estando la entidad resultante presente en 9 (36%), no contando con emisoras asociadas en ninguna de las demás localidades.

- (68) Por ámbitos locales, únicamente se producen adiciones horizontales de cuotas en Lleida, donde la entidad resultante pasa de 4 a 6 emisoras (de un total de 16).
- (69) En el resto de ámbitos geográficos afectados donde existe más de una emisora (Sort y Vielha) la entidad resultante sólo dispone de una emisora. En lo que respecta a las localidades de Miralcamp y Solsona, donde existe una única emisora, la entidad resultante dispone del 100% de las emisoras. Sin embargo, si se tienen en cuenta el total de municipios con una única emisora de Cataluña, esta cuota cae al 33%.
- (70) A la vista de lo anterior, y dada la posición de PRISA RADIO en Lleida, unida a su fuerte presencia competitiva en España, esta Dirección de Investigación considera que la operación de concentración notificada puede generar problemas de competencia en el ámbito geográfico relevante de la localidad de Lleida.
- (71) La autoridad de competencia catalana de competencia coincide con este análisis, al señalar que la operación de concentración reforzará significativamente la posición de la entidad resultante en la provincia de Lleida y en la localidad de Lleida, si bien reconoce también que la coyuntura económica y el descenso de la publicidad en radio, junto con la presión competitiva del resto de operadores, pueden contrarrestar en parte dicho efecto.
- (72) Para hacer frente a estos problemas de competencia, con fecha 28 de diciembre de 2010, SER ha presentado una propuesta de compromisos (que se recoge literalmente como Anexo 1 al presente informe), mediante la que se compromete a desinvertir una emisora en la localidad de Lleida, en unos determinados plazos y estableciendo determinados requisitos que debe cumplir el adquirente.
- (73) Como consecuencia de este compromiso, PRISA RADIO ya sólo sería titular de 5 de las 16 emisoras de la localidad de Lleida.
- (74) De esta manera, la entidad resultante respetaría los límites absolutos máximos de 5 emisoras en una misma localidad establecidos tanto en la legislación sectorial como en el Acuerdo del Consejo de Ministros de 27 de enero de 2006 en el expediente N-05081 UNIÓN RADIO / ANTENA 3 RADIO.
- (75) A este respecto, esta Dirección de Investigación entiende que en el presente caso no es necesario aplicar el límite absoluto estricto de 4 emisoras en una misma localidad propuesto por el TDC para el caso UNIÓN RADIO / ANTENA 3 RADIO, dado que existe una capacidad de emisión privada comercial alternativa significativa en Lleida, y un límite de 4 emisoras generaría incoherencias con la normativa sectorial, pues PRISA RADIO podría disponer de 5 emisoras en Lleida mediante concesión, pero no vía operaciones de concentración.
- (76) Adicionalmente, esta Dirección de Investigación considera que la propuesta de desinversión planteada por SER cumple con los requisitos del artículo 69.5 del RDC, en la medida que los problemas de competencia detectados son fácilmente identificables y han sido profundamente analizados en diversos precedentes nacionales en el ámbito de los mercados de publicidad en radio, y puesto que con

el sistema de desinversión propuesto estos problemas son fácilmente remediados.

- (77) Por estos motivos, esta Dirección de Investigación entiende que la operación de concentración notificada es **susceptible de ser autorizada en primera fase con los compromisos** presentados por SER el 28 de diciembre de 2010, que a juicio de la Dirección de Investigación sirven para resolver los problemas de competencia detectados.

### **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 **autorizar la concentración con compromisos**, en aplicación del artículo 57.2.b) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

## ANEXO 1. COMPROMISOS SER 28/12/2010

“Alfredo García Arruga, actuando en nombre de PRISA RADIO, S.L, y de SOCIEDAD ESPAÑOLA DE RADIODIFUSIÓN, SL. (SER), como mejor proceda en Derecho,

### DICE

- I. Que el pasado día 3 de diciembre presentó formulario de notificación en el expediente abierto en esa misma fecha con la referencia arriba indicada.
- II. Que en la citada notificación se adquirió el compromiso, para el caso de aprobarse la operación de adquisición de activos por SER, de desprenderse de la emisora titularidad de ANTENA 3 DE RADIO, S.A. en la localidad de Lleida, (101.3 MHz.), perteneciente al grupo radiofónico PRISA RADIO del que igualmente forma parte SER.
- III. Que con anterioridad al día 3 de diciembre de 2010, PRISA RADIO/SER ha iniciado conversaciones con terceros, posibles adquirentes de la emisora referida, al objeto de proceder a su enajenación.
- IV. Que, tomando como antecedente lo dispuesto en el Acuerdo del Consejo de Ministros de fecha 27 de enero de 2006 sobre la operación de concentración económica del expediente seguido ante el Servicio de Defensa de la Competencia con referencia N-05081 UNIÓN RADIO/ANTENA-3 RADIO, y al objeto de que la Comisión Nacional de la Competencia, a través de la Subdirección de Sociedad de la Información, tenga constancia de los **compromisos concretos que adquiere la notificante**, se pone en conocimiento de ésta lo siguiente:
  1. La enajenación de la emisora en cuestión se someterá a la autorización previa de la Comisión Nacional de la Competencia al objeto de valorar la idoneidad del adquirente propuesto por PRISA RADIO/SER, atendiendo al cumplimiento de los siguientes requisitos:
    - a. Que el adquirente sea un competidor existente o potencial y viable en el sector radiofónico.
    - b. Que disponga de recursos financieros ajenos al vendedor, experiencia demostrada e incentivos para mantener y desarrollar la emisora cedida.
    - c. Que la enajenación no represente nuevos problemas de competencia ni ocasione riesgos que retrasen la aplicación del compromiso.
    - d. Que el adquirente no se vincule programáticamente a ninguno de los productos radiofónicos de PRISA RADIO/SER ni a la comercialización de la publicidad de la emisora.
  2. Para llevar a cabo la transmisión se deberá obtener, asimismo, la autorización preceptiva por parte del Consell de l' Audiovisual de Catalunya (CAC).

3. Establecer un plazo de [...], a contar desde la autorización de la operación notificada, para proceder a la venta de la emisora; dicho plazo –previa solicitud razonada y justificada de PRISA RADIO/SER que aconsejen la prórroga- podrá ser ampliado por la Comisión Nacional de la Competencia hasta un máximo de otros [...].
4. Si la venta no se hubiera llevado a cabo transcurrido el plazo –o el de la prórroga, en su caso- señalado en el punto anterior, la notificante se compromete, bajo la tutela de la Comisión Nacional de la Competencia, a la designación de un administrador independiente con el mandato expreso de proceder a la misma en un plazo de [...], con las condiciones que se fijen en el mandato de administración.

Por todo lo anterior

### **SOLICITA**

Que tenga por concretados los compromisos adquiridos para proceder a la enajenación de la emisora en la localidad de Lleida 101.3 MHz., titularidad de ANTENA 3 DE RADIO, S.A., declarando su idoneidad.”