

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

C/1420/23 SME ESPAÑA / ALTAFONTE

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 10 de noviembre de 2023 ha sido notificada a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), la operación de concentración económica consistente en la adquisición de control exclusivo de Altafonte Network, S.L.U. (Altafonte) por Sony Music Entertainment España, S.L. (SME España), empresa controlada al 100% por Sony Group Corporation (Sony Group), a través de la adquisición del 100% de las acciones de Altafonte.
- (2) La fecha límite para acordar el inicio de la segunda fase del procedimiento es el **12 de diciembre de 2023**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (3) La operación de concentración se implementa mediante un contrato de compraventa celebrado el 4 de agosto de 2023, y se completará como tarde el 31 de diciembre de 2023, sujeto a la obtención de las autorizaciones regulatorias necesarias.
- (4) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1.b) de la LDC.

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

- (5) De acuerdo con la notificante, la operación no tiene dimensión comunitaria, al no cumplirse los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento del Consejo (CE) nº139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las operaciones de concentración.
- (6) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse los umbrales de cuota de mercado establecidos en el artículo 8.1.a) de la LDC.
- (7) La ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la concentración por la autoridad de defensa de la competencia de España.

4. EMPRESAS PARTICIPES

4.1. Adquirente: Sony Music Entertainment España, S.L. (SME España)

- (8) SME España es una sociedad, propiedad al cien por cien y controlada por Sony Group, que opera en el sector de la música grabada. Sony Group, directamente y a través de sus filiales, opera en todo el mundo en diversos negocios, entre ellos productos electrónicos; juegos; películas cinematográficas, televisión y productos audiovisuales; música y soluciones de imagen y detección. El negocio de música grabada de Sony Group está operado por Sony Music Entertainment (SME), con sede en Estados Unidos.
- (9) De acuerdo con la notificante, el volumen de negocio de SME en 2022, calculado conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC¹, fue de:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE SME 2022 (millones de euros)		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
[>5.000]	[>250]	[>60]

Fuente: Notificante.

4.2. Adquirida: Altafonte Network, S.L.U. (Altafonte)

- (10) Altafonte es una empresa de distribución de música grabada, con oficinas en España, Portugal, Italia, Estados Unidos, y América Latina (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, y Perú).
- (11) De acuerdo con la notificante, el volumen de negocio de Altafonte en 2022, calculado conforme a los criterios establecidos en el artículo 5 del RDC, fue de:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE ALTAFONTE. 2022 (euros)		
MUNDIAL	U.E.	ESPAÑA
[<5.000.000.000]	[<250.000.000]	[<60.000.000]

Fuente: Notificante.

5. MERCADOS RELEVANTES

- (12) La operación propuesta tiene lugar entre dos empresas que operan en el sector de código NACE: Actividades de creación, artísticas y espectáculos (R.90.0).
- (13) Concretamente, las partes se solapan en los mercados de (i) firma y apoyo de artistas y sellos; (ii) distribución física y digital de música grabada y (iii) servicios

¹ Reglamento de Defensa de la Competencia, aprobado por Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero.

de administración de derechos conexos. No obstante, no se analizará el posible mercado de servicios de administración de derechos conexos en la medida en que de acuerdo con la notificante la cuota de mercado conjunta es inferior al [5-10]% para cualquier posible segmentación y ámbito geográfico.

- (14) Aunque existe cierta relación vertical entre los mercados anteriores y otros en los que opera la adquirente, en particular producción cinematográfica, de programas de televisión y videojuegos, la música representa una proporción menor de los costes de estas producciones, la adición resultante de la operación es reducida y la cuota de SONY en estos mercados independientemente de la definición sería inferior al [20-30]%, por lo que no se analizarán estos posibles solapamientos.
- (15) A continuación, se analizan los mercados relevantes a efectos de la transacción.

5.1. Mercado de firma y apoyo de artistas y sellos

5.1.1. Mercado de producto

- (16) Los servicios de firma y apoyo de artistas y sellos (A&R) son prestados a los artistas por empresas enfocadas al descubrimiento y firma con artistas, a los que posteriormente apoyan y desarrollan de cara a la creación de su música, comercializando y promocionando esta.
- (17) En lo que respecta a precedentes europeos, en un enfoque que comparten las partes, la Comisión Europea (CE) no consideró necesario pronunciarse sobre la posible existencia de un mercado separado de actividades de A&R, o sobre si el mercado de la música grabada debe considerarse como un mercado de dos caras, considerando las actividades A&R como una de las caras del mismo². En el marco de dicho asunto se señaló que los servicios de A&R se prestan a distintos agentes del mercado (artistas) e implican una organización diferente de las discográficas en comparación con las actividades aguas abajo, existiendo ciertas dinámicas competitivas, que son específicas de A&R.
- (18) La Dirección de Competencia considera que la delimitación del mercado puede dejarse abierta en tanto no altera las conclusiones del análisis.

5.1.2. Mercado geográfico

- (19) Las partes afirman que, si bien los artistas tratan de alcanzar el mayor volumen de audiencia, la firma con sellos o proveedores de servicios suelen llevarla a

² M.6458 - Universal Music Group/EMI Group(2012), parr 103

cabo a nivel nacional, en el país en el que se encuentran. A este respecto, la CE dejó abierto el ámbito geográfico de este mercado.³

- (20) La Dirección de Competencia considera que la delimitación del mercado puede dejarse abierta en tanto no altera las conclusiones del análisis, analizándose los ámbitos nacional, EEE y mundial.

5.2. Mercado de distribución de música grabada

5.2.1. Mercado de producto

- (21) En lo que respecta a precedentes europeos, la CE ha segmentado el mercado de distribución mayorista para música grabada en formato físico y digital, al ser distinta la distribución de música en estos formatos tanto desde el punto de vista de los minoristas como del consumidor final y ser también diversas las negociaciones.
- (22) En lo que respecta a ulteriores segmentaciones, la CE ha considerado la posible segmentación en distribución a aplicaciones en línea y aplicaciones móviles, o entre la distribución para descarga y para difusión en continuo (*streaming*⁴), así como por género⁵, de recopilaciones frente a álbumes⁶, de sencillos (“*singles*”) frente a álbumes⁷, y de vídeo frente a audio⁸. Las partes consideran que no son necesarias dichas subsegmentaciones.
- (23) Se analizarán dentro de la distribución mayorista de música grabada tanto el segmento físico como el digital, incluyendo posibles subsegmentaciones.

5.2.2. Mercado geográfico

- (24) Señala la parte notificante que la música se distribuye a los proveedores de servicios digitales (PSDs) a nivel mundial, normalmente a través de acuerdos de licencia mundiales (o casi mundiales).
- (25) Respecto a los precedentes, en las decisiones más recientes⁹ el mercado de distribución física de música grabada se ha considerado nacional mientras la distribución digital sería nacional o a nivel del EEE.
- (26) La Dirección de Competencia considera que la delimitación del mercado puede dejarse abierta en tanto no altera las conclusiones del análisis, analizándose los

³ Véase M.6458 - Universal Music Group/EMI Group(2012), par 217

⁴ Véase Access/PLG, par. 20; Universal Music Group/EMI Music, par. 140; Sony/BMG, par. 34

⁵ Véase M.6458 Universal Music Group/EMI Music, par. 149; Sony/BMG, par. 17

⁶ Véase M.6458 Universal Music Group/EMI Music, par 158

⁷ Véase M.6458 Universal Music Group/EMI Music, par 161

⁸ Véase M.6458 Universal Music Group/EMI Music, par 163

⁹ Véase M.6458 Universal Music Group/EMI Music, sección 6.3.2.2.

ámbitos nacional, EEE y mundial, aparte de un posible mercado de habla hispana.

5.3. Conclusiones

- (27) La operación da lugar a un solapamiento horizontal en los mercados de:
- firma y apoyo a artistas y sellos;
 - distribución de música grabada (tanto en el segmento de distribución física como en el de distribución digital).

6. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

6.1. Estructura de la oferta

6.1.1. Firma y apoyo a artistas y sellos

- (28) Existen en dicho mercado diferentes tipos de modelos de negocio en función del tipo de cliente (artistas emergentes, de nivel medio y de primer nivel, recibiendo estos últimos en general servicios por parte de empresas multinacionales y, en menor medida, por parte de sellos independientes). En este sentido, a nivel tradicional, los artistas firmaban con una de las discográficas globales (SME, Universal, Warner) o con uno de los numerosos sellos independientes (incluyendo a BMG, Genesis, Only Music, Productores Independientes, Rea Music, Radar Music).
- (29) Se trata de una industria intensiva en mano de obra, ya que, a diferencia de lo que ocurre en los servicios de promoción y distribución, la personalización, apoyo y seguimiento a los artistas es clave, lo que implica que el coste en recursos humanos juega un papel fundamental
- (30) En la última década, la digitalización ha transformado el sector de la música grabada e impulsado nuevos modelos de negocio.
- (31) La notificante aporta las siguientes estimaciones¹⁰ de cuotas de mercado en valor para los últimos tres años de este mercado:

¹⁰ Señala la notificante que estas cuotas son la mejor aproximación disponible de sus cuotas de mercado en valor en el mercado de firma y apoyo a artistas y sellos, basadas en los datos de ingresos reportados por IFPI a los que se han realizado ajustes para deducir reproducciones en streaming o catálogos históricos. Concretamente, incluyen las cuotas de ingresos de Universal, SME y Warner registradas por IFPI, excluyendo los ingresos generados por sus respectivas filiales de distribución (Virgin e Ingrooves para Universal, The Orchard para SME, y ADA para Warner). La cuota de Altaffonte se ha calculado sobre la base de sus ingresos anuales en cada zona geográfica

Firma y apoyo a artistas y sellos en España, Valor						
	2020		2021		2022	
	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)
SME	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Altafonte	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
Combinada	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Universal	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Warner	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Resto del mercado	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]
TOTAL	181,503	100%	188,805	100%	214,306	100%

Fuente: Estimaciones de la notificante a partir de datos de IFPI

Firma y apoyo a artistas y sellos en Europa ¹¹ , Valor						
	2020		2021		2022	
	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota(%)	Millones \$	Cuota (%)
SME	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Altafonte	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
Combinada	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Universal	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Warner	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Resto del mercado	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[40-50]	[CONF.]	[40-50]
TOTAL	4,214,447	100%	4,218,333	100%	4,679,137	100%

Fuente: Estimaciones de la notificante a partir de datos de IFPI

Firma y apoyo a artistas y sellos en países de habla hispana ¹² , Valor			
	2020	2021	2022

¹¹ Los datos de IFPI para Europa incluyen los ingresos generados en el Reino Unido, Suiza, Israel y Turquía, y excluyen los ingresos generados en Bulgaria, Croacia, Chipre, Malta y Luxemburgo, por lo que no guardan una correlación exacta con los ingresos de todo el EEE. No obstante, las Partes consideran que ésta es la mejor aproximación disponible de sus cuotas de mercado en el mercado de firma y apoyo a artistas y sellos en el EEE.

¹² Consolidación de los datos de IFPI para América Latina y España, y excluye los datos de Brasil (los cuales IFPI también registra por separado, como país individual).

	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota(%)	Millones \$	Millones \$
SME	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Altafonte	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
Combinada	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Universal	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Warner	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Resto del mercado	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]
TOTAL	529,308	100%	726,298	100%	684,050	100%

Fuente: Estimaciones de la notificante a partir de datos de IFPI

Firma y apoyo a artistas y sellos a nivel mundial, Valor						
	2020		2021		2022	
	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)
SME	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Altafonte	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
Combinada	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Universal	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Warner	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Resto del mercado	[CONF.]	[40-50]	[CONF.]	[40-50]	[CONF.]	[40-50]
TOTAL	14,659,769	100%	16,631,321	100%	18,291,110	100%

Fuente: Estimaciones de la notificante a partir de datos de IFPI

- (32) La cuota de Universal es superior mientras la de Warner sería inferior. El resto del mercado no cubierto por SME, Universal y Warner (un 30-40% en España) correspondería, según las estimaciones de la notificante, a sellos independientes (como Avispa, BMG, Concert Music, DiscMedi, Divucsa y Musica Global, así como por sellos cuya música es distribuida por The Orchard), proveedores de servicios para artistas (como ADA, Believe, Downtown, Empire, OneRPM, Virgin y Symphonic) y plataformas Do it yourself (como Amuse, CD Baby, Distrokid, Ditto y TuneCore).

- (33) Los modelos de negocio de SME y ALTAFONTE son distintos. SME se centra en artistas de primera línea y ofrece grandes anticipos y servicios de A&R. A su vez, The Orchard (filial de SME) se centra en prestar servicio a sellos y a algunos artistas de perfil internacional a los que presta servicios premium. Por su parte, ALTAFONTE presta servicios distintos de los de SME y fundamentalmente a artistas independientes (centrados en música indie alternativa) de nivel medio en España y Latinoamérica (que precisan de una inversión menor a la que habitualmente lleva a cabo SME).
- (34) De acuerdo con la notificante y con la documentación interna aportada¹³, tras la transacción SME tiene previsto [CONF].

6.1.2. Mercado de distribución de música grabada

- (35) En este mercado opera un número elevado de operadores como discográficas mundiales, sellos independientes, prestadores de servicios de artistas y sellos (A&L) y plataformas DIY.
- (36) A continuación, se reproducen las estimaciones de cuotas en valor a nivel nacional, EEE, mundial y de regiones de habla hispana, de los principales operadores de este mercado de distribución digital de música grabada:

Distribución digital de música grabada, España, Valor						
	2020		2021		2022	
	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)
SME	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[40-50]	[CONF.]	[40-50]
Altafonte ²	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
Combinada	[CONF.]	[40-50]	[CONF.]	[40-50]	[CONF.]	[40-50]
Universal	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Warner	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[20-30]
Resto mercado	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
TOTAL	181,503	100%	188,805	100%	214,306	100%

Fuente: Estimaciones de la notificante a partir de datos de IFPI

¹³ Anexo 18 remitido junto al Formulario

Distribución digital de música grabada, Europa ¹⁴ , Valor						
	2020		2021		2022	
	Millones \$	Cuota(%)	Millones \$	Cuota(%)	Millones \$	Cuota(%)
SME	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Altafonte	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
Combinada	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Universal	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]
Warner	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Resto mercado	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
TOTAL	4,214,447	100%	4,218,333	100%	4,679,137	100%

Fuente: Estimaciones de la notificante a partir de datos de IFPI

Distribución digital de música grabada, países habla hispana ¹⁵ , Valor						
	2020		2021		2022	
	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)
SME	[CONF.]	[40-50]	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]
Altafonte	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
Combinada	[CONF.]	[40-50]	[CONF.]	[40-50]	[CONF.]	[40-50]
Universal	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Warner	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Resto mercado	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
TOTAL	598,673	100%	903,439	100%	892,500	100%

Fuente: Estimaciones de la notificante a partir de datos de IFPI

Distribución digital de música grabada, Mundial, Valor
--

¹⁴ Los datos de IFPI para Europa incluyen los ingresos generados en el Reino Unido, Suiza, Israel y Turquía, y excluyen los ingresos generados en Bulgaria, Croacia, Chipre, Malta y Luxemburgo, por lo que no guardan una correlación exacta con los ingresos de todo el EEE.

¹⁵ Consolidación de los datos de IFPI para América Latina y España, y también excluye los datos de Brasil (sobre los que IFPI reporta a nivel individual por país).

	2020		2021		2022	
	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)
SME	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Altafonte ¹	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
Combinada	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Universal	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]
Warner	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Resto mercado	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
TOTAL	14,659,769	100.0%	16,631,321	100.0%	18,291,110	100.0%

Fuente: Estimaciones de la notificante a partir de datos de IFPI

- (37) En lo que respecta a la modalidad física, operan grandes multinacionales como Universal y Warner por los espacios lineales, así como con cientos de sellos independientes y docenas de proveedores de servicios a artistas y sellos.
- (38) A continuación, se reproducen las estimaciones de cuotas en valor a nivel nacional, EEE, mundial y de regiones de habla hispana, de los principales operadores de este mercado de distribución física de música grabada:

Distribución física de música grabada, España, Valor						
	2020		2021		2022	
	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)
SME	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Altafonte	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
Combinada	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]
Universal	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Warner	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Resto del mercado	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
TOTAL	38,422	100%	39,509	100%	35,033	100%

Fuente: Estimaciones de la notificante a partir de datos de IFPI

Distribución física de música grabada, Europa, Valor						
	2020		2021		2022	
	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)
SME	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Altafonte	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
<i>Combinada</i>	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Universal	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]
Warner	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Resto del mercado	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[30-40]
TOTAL	1,183,445	100%	1,194,279	100%	1,074,957	100%

Fuente: Estimaciones de la notificante a partir de datos de IFPI

Distribución física de música grabada en regiones de habla hispana						
	2020		2021		2022	
	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)
SME	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]
Altafonte	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
<i>Combinada</i>	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]	[CONF.]	[30-40]
Universal	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Warner	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Resto m ercado	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
TOTAL	48,262	100%	54,490	100%	55,684	100%

Fuente: Estimaciones de la notificante a partir de datos de IFPI

Distribución física de música grabada, Mundial, Valor						
	2020		2021		2022	
	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)	Millones \$	Cuota (%)
SME	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Altafonte	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[0-10]
Combinada	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Universal	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]	[CONF.]	[20-30]
Warner	[CONF.]	[0-10]	[CONF.]	[10-20]	[CONF.]	[10-20]
Resto del mercado	[CONF.]	[40-50]	[CONF.]	[40-50]	[CONF.]	[40-50]
TOTAL	4,285,382	100%	4,409,294	100%	4,585,401	100%

Fuente: Estimaciones de la notificante a partir de datos de IFPI

6.2. Estructura de la demanda

6.2.1. Firma y apoyo a artistas y sellos

- (39) De acuerdo con la notificante, la demanda es cada vez más sofisticada, dado que los artistas también disponen ahora de herramientas para comprender el valor de su trabajo, lo que les permite negociar acuerdos de forma más eficaz, desafiar los modelos tradicionales de propiedad en el que los artistas ceden sus derechos de grabación a los sellos discográficos, y obtener una compensación más favorable.
- (40) Al elegir con qué sello firmar los artistas valoran las condiciones financieras, la visión creativa, el historial y reputación y la capacidad de proporcionar el trabajo del artista
- (41) En lo que respecta a los costes de cambio, la notificante señala que los artistas y sellos fácilmente pueden cambiar entre proveedores de servicios debido a la duración generalmente corta de los contratos de A&L, y un artista o sello puede obtener un servicio similar por parte de otros proveedores. No obstante, hay casos de contratos con largos periodos de copyright y relaciones a largo plazo con los artistas si implica inversiones considerables¹⁶.

¹⁶ Véase párrafo 8.84 de la decisión de la CMA Sony/AWAL

6.2.2. Distribución física y digital de música grabada

- (42) En este mercado, existe poder compensador de la demanda a tenor de la presencia de proveedores de servicios digitales (como Spotify o Itunes) y de distribuidores físicos de talla considerable (como Amazon, El Corte Inglés y FNAC).
- (43) Concretamente, [CONF] representan en conjunto alrededor del [CONF] de los ingresos mundiales de SME ([CONF] aproximadamente el [CONF], y [CONF] aproximadamente el [CONF], el [CONF] y el [CONF], respectivamente). A su vez para ALTA Fuente sus principales clientes son [CONF].
- (44) En cuanto al mercado de distribución física de música grabada, los principales clientes de las partes son [CONF].

6.3. Barreras de entrada, competencia potencial e innovación

- (45) En relación con las barreras de entrada la notificante señala que tecnología empleada está ampliamente disponible, no siendo un diferenciador competitivo significativo.
- (46) En lo que respecta a competencia potencial, la notificante que existe un relevante número de operadores con distintos modelos de negocio que han entrado en el mercado y todos ellos tratan de expandirse.
- (47) No obstante, se trata de mercados con relevantes barreras de entrada y expansión, como las economías de escala, las economías de aglomeración para negociar como los PSDs, la realización de pagos anticipados, la imagen de marca hacia los artistas o las inversiones de largo plazo y largos periodos de copyrights en ciertos artistas¹⁷.
- (48) En referencia a la innovación, señala la notificante que la investigación y el desarrollo no desempeñan un papel significativo en la industria de la música grabada. En este sentido, las discográficas invierten en artistas, producción, marketing y promoción, no en investigación y desarrollo¹⁸. No obstante, la innovación en el sector puede ser relevante por la diferenciación de servicios y la pérdida de un actor innovador puede tener un impacto negativo en el mercado¹⁹.

¹⁷ Véase párrafos 729 a 734 en la decisión de la Comisión Europea M.6458 - Universal Music Group/EMI Group(2012) y párrafos 8.81 y siguientes de la decisión de la CMA sobre SONY/AWAL (2022).

¹⁸ Véase párrafo 36 en la decisión de la Comisión Europea M.6458 - Universal Music Group/EMI Group(2012), donde se señala que la inversión en desarrollo y promoción de artistas sería el equivalente a la I+D en otras industrias.

¹⁹ Véase párrafo 8.14 de la decisión de la CMA sobre SONY/AWAL

7. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (49) La operación consiste en la adquisición de control exclusivo de ALTAFFONTE por parte de SME ESPAÑA a través de la adquisición del 100 % de las acciones de ALTAFFONTE.
- (50) El sector afectado es el de servicios relacionados con la industria musical, concretamente la firma y apoyo a artistas y la distribución física y digital de música grabada.
- (51) La concentración refuerza a SME en los **mercados de firma y apoyo a artistas y sellos discográficos** con cuotas conjuntas en valor en 2022 inferiores al [20-30]% para los ámbitos nacional, EEE y mundial (adición inferior a [0-5]%).
- (52) En estos mercados las adiciones son moderadas y existen competidores relevantes como las multinacionales UNIVERSAL y WARNER MUSIC, así como sellos independientes y otros modelos de negocio. Asimismo, las partes no son competidores cercanos pues se centran en artistas y estilos de música distintos y ofrecen servicios diferenciados.
- (53) Aunque la adquirida presta servicios distintos de los de SME y fundamentalmente a artistas de nivel medio en España y Latinoamérica, no se espera un efecto negativo de la operación sobre estos artistas pues la documentación interna²⁰ revela que [CONF] (aparte del hecho de que existan alternativas en el mercado).
- (54) En el **mercado de distribución de música grabada** la operación refuerza la posición de SME, tanto en la vertiente digital como física, donde a nivel nacional la cuota conjunta en valor en 2022 fue del del [40-50]% (adición del [0-5]%) en la primera modalidad, y del [30-40]% (adición del [5-10]%) en la segunda. A nivel europeo, países de habla hispana y mundial las cuotas y adiciones son inferiores.
- (55) A pesar de que la cuota resultante en este mercado es notable, varios factores mitigarían el riesgo de posibles efectos horizontales.
- (56) En primer lugar, la adición de cuota es relativamente pequeña.
- (57) En segundo lugar, existen competidores relevantes como UNIVERSAL, que continúa liderando estos mercados, o WARNER; y ejercen presión competitiva los sellos independientes.
- (58) En tercer lugar, existe poder compensador de la demanda tanto por parte de los proveedores de servicios digitales (como Spotify o Itunes) como por parte de los distribuidores físicos (como Amazon, El Corte Inglés y FNAC).

²⁰ Anexo 18 remitido junto al Formulario

- (59) Finalmente, aunque pueden existir barreras de entrada en estos mercados, estas barreras no resultan insalvables a tenor de la existencia de un número razonable de competidores, al menos de pequeña y mediana escala.
- (60) En lo que respecta a efectos verticales, estos se descartan debido a que, si bien las partes refuerzan su posición en los mercados considerados, existe una amplia gama de competidores relevantes con diferentes modelos de negocio, gran presión competitiva y un notable poder compensatorio por el lado de la demanda.
- (61) En consecuencia, esta Dirección de Competencia considera que la presente concentración no supone una amenaza para la competencia efectiva en los mercados afectados.

8. 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 en primera fase**, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.