

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/0598/14 CINESA / PARQUE CORREDOR

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 16 de septiembre de 2014 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), notificación relativa a la adquisición por Cinesa Compañía de Iniciativas y Espectáculos, S.A. (CINESA) del control exclusivo de una multisala de exhibición cinematográfica situada en el centro comercial y de ocio “Parque Corredor”, situado en el municipio de Torrejón de Ardoz (Madrid), que actualmente es explotada por la sociedad Abacocine, S.L.U. (ÁBACO).
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por CINESA 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).
- (3) 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) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el **16 de octubre de 2014**, inclusive. Transcurrido el plazo para resolver en primera fase, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (5) La operación de concentración notificada consiste en la adquisición por parte de CINESA del control exclusivo de una multisala de exhibición cinematográfica situada en el centro comercial y de ocio “Parque Corredor”, en el municipio de Torrejón de Ardoz (Madrid), que actualmente es explotada por ÁBACO.
- (6) La operación se ha instrumentado a través de un contrato suscrito con fecha 29 de julio de 2014 entre CINESA, ÁBACO y Sociedad de Gestión de Activos Procedentes de la Reestructuración Bancaria, S.A. (SAREB)¹, en el que se regulan las condiciones de transmisión a CINESA del negocio de exhibición cinematográfica de las salas del centro comercial “Parque Corredor”.
- (7) Asimismo, previamente CINESA y el propietario del local afectado firmaron un contrato de arrendamiento que estaba, a su vez, condicionado se haga efectiva la transmisión del negocio de exhibición cinematográfica. El plazo del contrato de arrendamiento del local será de $[\geq 5]$ ² años con [...] prórrogas automáticas de [...] años cada una. Este contrato tiene un anexo firmado el 29 de julio de 2014 modificando parcialmente las condiciones económicas.
- (8) La operación es una concentración económica conforme a lo dispuesto en el artículo 7.1 b) de la LDC.

¹ SAREB es actualmente la sociedad propietaria del local en el que están ubicadas las salas adquiridas.

² Se recoge entre corchetes la información declarada confidencial por la CNMC

- (9) La operación está sujeta a la autorización de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

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

- (10) De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (UE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (11) 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 en el artículo 56 de la LDC para su tramitación mediante formulario abreviado.

IV. RESTRICCIONES ACCESORIAS

- (12) El contrato de arrendamiento del local firmado establece, en la cláusula 2.7, que SAREB no alquilará ningún local de su propiedad en el centro comercial y de ocio "Parque Corredor" para que en él se desarrolle como actividad principal la de exhibición de películas comerciales. SAREB también reconoce la exclusividad de CINESA para la venta de palomitas de maíz respecto de los locales propiedad del arrendador en el centro comercial, a excepción de los establecimientos que actualmente las vendan.
- (13) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, 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".
- (14) 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. Por regla general las restricciones que benefician al vendedor, o bien no están directamente vinculadas a la realización de la concentración y no son necesarias a tal fin, o bien su alcance o duración deben ser menores que los de las cláusulas que benefician al comprador.
- (15) Asimismo, la Comunicación de la Comisión Europea mencionada limita los pactos inhibitorios de la competencia a un máximo de dos años que podrán extenderse a tres años si se transfieren conocimientos técnicos.
- (16) La cláusula de exclusividad a favor de CINESA está orientada a proteger el valor del negocio adquirido y en este sentido puede considerarse accesoria a la operación de concentración. Sin embargo, [...] y por tanto, de acuerdo a la Comunicación citada y la práctica de las autoridades nacionales de competencia, la cláusula de no competencia en lo que supere los dos años, no se considerara necesaria para hacer posible la operación de

concentración, ni debe entenderse autorizada con ella, estando, en su caso, sujeta a la normativa aplicable a los acuerdos entre empresas.

V. EMPRESAS PARTICIPES

V.1. CINESA COMPAÑÍA DE INICIATIVAS Y ESPECTÁCULOS, S.A. (CINESA)

- (17) CINESA es la cabecera de un grupo cinematográfico cuya actividad principal es la explotación comercial de locales de exhibición cinematográfica en España. CINESA está controlada en última instancia por el grupo Odeon, presente a nivel europeo en la actividad de exhibición cinematográfica, grupo que a su vez está controlado por Terra Firma Investments (GP) 2 Limited, una gestora de fondos de inversión.
- (18) La explotación de este tipo de locales incluye el desarrollo de otras actividades complementarias como la cesión de pantallas y otros soportes para publicidad y la explotación de establecimientos de restauración en los cines que gestiona.
- (19) Actualmente CINESA gestiona 43 cines en España que suponen 511 pantallas.
- (20) La facturación de CINESA en el último ejercicio económico, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 5 RDC, según la notificante, se recoge en el siguiente cuadro:

| VOLUMEN DE NEGOCIOS DETERRA FIRMA CAPITAL PARTNERS II – 2013 (millones euros) | | |
|--|-----------|---------------|
| MUNDIAL | UE | ESPAÑA |
| ≥2.500 | ≥250 | ≥60 |

Fuente: Notificante

V.2. ACTIVOS DE ÁBACO S.L.U. (ÁBACO- PARQUE CORREDOR)

- (21) La unidad productiva adquirida está compuesta por las salas de exhibición cinematográfica situadas en el centro comercial “Parque Corredor” en Torrejón de Ardoz, explotadas actualmente por ÁBACO.
- (22) CINESA no dispone de la cifra de volumen de negocios realizada por el Negocio Adquirido en el ejercicio fiscal 2013. No obstante, CINESA estima que los ingresos totales del Negocio Adquirido durante el año 2013 ascendieron a $[\leq 60]$ millones de euros. Según estimaciones de la notificante, el volumen de negocio de las salas cinematográficas adquiridas por CINESA a ÁBACO en los dos últimos años en distintas provincias de España ascendió en 2013 a $[\leq 60]$ millones de euros. Las actividades del Negocio Adquirido se limitan al territorio español.

VI. MERCADOS AFECTADOS

VI.1. Mercados de producto

- (23) Los mercados afectados por la operación son (i) el mercado de exhibición de películas en salas cinematográficas y (ii) el mercado de oferta de espacios

publicitarios en las mismas, si bien éste último mercado no será objeto de análisis específico en este expediente al ser la cuota de la entidad resultante inferior al 15% a nivel nacional.

- (24) De acuerdo con la práctica decisoria de la CNMC³, se ha considerado que la exhibición de películas comerciales en salas de cine constituye un mercado distinto de otras formas de ocio, si bien algunas de las formas de ocio audiovisual (visión de películas en el propio domicilio) podrían ejercer cierta presión competitiva sobre el mismo.
- (25) En todo caso, los distribuidores normalmente comercializan sus películas a través de distintas ventanas o canales, comenzando por la exhibición en salas de cine. Posteriormente los distribuidores comercializan esas mismas películas mediante la venta de derechos para alquiler de video, seguida de la exhibición en televisiones de pago, y la exhibición en televisión en abierto. Por tanto, el consumidor que desee ver las películas de estreno sólo puede hacerlo acudiendo a una sala de exhibición cinematográfica.
- (26) El negocio adquirido no está presente en la producción ni en la distribución de películas, por tanto, a efectos de esta operación, el mercado de producto relevante es el de exhibición de películas en salas cinematográficas, mercado en el que están presentes tanto CINESA como el negocio adquirido

VI.2. Mercados geográficos

- (27) La práctica decisoria de las autoridades de competencia ha considerado que el mercado de exhibición de películas en salas de cine tiene una dimensión que está relacionada con la voluntad de los espectadores de desplazarse de un área local a otra para ver una película.
- (28) Así, el antiguo Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC)⁴ ha recurrido habitualmente al método de las isócronas como criterio de delimitación del mercado geográfico de exhibición de películas, empleando como parámetro temporal orientativo en la definición de las isócronas entre 20 y 35 minutos (ampliándose para el caso de grandes ciudades hasta 45 minutos), pero reconociendo la posibilidad de ampliar el área de influencia de las salas de cine situadas en grandes ciudades.
- (29) En esta misma línea se ha pronunciado la Comisión Europea⁵ que ha considerado la existencia de mercados de exhibición de películas cinematográficas locales si los establecimientos se encuentran aislados geográficamente, pero admitiendo que en los grandes centros de población los cines compiten entre sí.
- (30) La extinta Comisión Nacional de la Competencia (CNC) también analizó el mercado de exhibición cinematográfica de películas en la Comunidad de Madrid⁶, llegando a la conclusión de que los valores de las isócronas

³ Expedientes nacionales: 06014 CINESA/AMC España; C/98/06 ÁBACOCINE/CINEBOX, C/0339/11 CINESA/Activos UGC.

⁴ Expediente C-98/06 Albacocine/Cinebox; y N/06058 ABACO/CINEBOX

⁵ Asuntos COMP/M.6977 - OMERS/ AIMCO/ VUE (par. 10) y Case No IV/M.902 - WARNER BROS. / LUSOMUNDO SOGECABLE

⁶ Expediente C/0339/11 CINESA/ACTIVOS UGC

mencionados, las buenas vías de comunicación, la uniformidad de precios aplicados por cada cadena exhibidora en esta Comunidad Autónoma y la existencia de cadenas de sustitución⁷, lo que lleva a que existan solapamientos entre los márgenes de las distintas áreas en las que puede subdividirse Madrid, podría justificar la consideración de un único mercado de exhibición de películas cinematográficas que abarcaría la Comunidad de Madrid.

- (31) No obstante, también se apreció cierta tendencia en los cines a atraer a la población residente en los barrios más cercanos. Según los datos aportados en el antecedente mencionado, la distancia entre los barrios o localidades que configuran las áreas de influencia de cada cine no suele superar los 10 kilómetros.
- (32) En esta operación el negocio adquirido se sitúa en el centro comercial “Parque Corredor” situado en el municipio de Torrejón de Ardoz, en la Comunidad de Madrid, por lo que de acuerdo a los antecedentes citados se analizará:
- el mercado de exhibición de películas cinematográficas en un radio de 10 kms desde el centro “Parque Corredor” ,
 - el mercado de exhibición de películas cinematográficas en un radio de 20 kms desde el centro “Parque Corredor”, y
 - el mercado de exhibición de películas cinematográficas en la Comunidad Autónoma de Madrid.
- (33) Asimismo, dado que la programación es el elemento fundamental de la actividad de exhibición cinematográfica y la negociación para la adquisición de películas para su emisión en salas de cine se realiza a nivel nacional, también se analizará la estructura de la oferta a nivel nacional.
- (34) Sin perjuicio de lo anterior, a los efectos del presente expediente, se considera que el ámbito geográfico relevante de la exhibición cinematográfica afectado por la operación de concentración notificada es la Comunidad de Madrid.

VII. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

VII.1. Características y evolución

- (35) El mercado de exhibición de películas cinematográficas está en recesión. Los datos del periodo 2004 a 2012 muestran una reducción importante, tanto del número de películas exhibidas, como del número de salas, espectadores y volumen de recaudación⁸.
- (36) En concreto, durante ese periodo el número de salas se ha reducido en un 8%, el número de espectadores en un 34% y la recaudación en un 11%. En la Comunidad de Madrid los descensos son también notables (el número de

⁷ La existencia de cadenas de sustitución puede llevar a la definición de un mercado de referencia en el que las zonas que se encuentran en los límites del mercado no sean directamente sustituibles.

⁸ <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/NAEC/index.html>. No se han publicado datos correspondientes al año 2013.

salas ha descendido un 19%, el número de espectadores un 33,8% y la recaudación un 7,5%).

- (37) Además, es previsible que la tendencia decreciente continúe. Según estimaciones de la notificante, el número de espectadores en España ha descendido en 2013 un 17% respecto del año anterior.

VII.2. Estructura de la oferta

VII.2.1. Mercados de exhibición de películas en salas cinematográficas

- (38) Las siguientes tablas muestran el peso de las partes y de los principales competidores en los distintos ámbitos geográficos afectados por la operación en el mercado de exhibición de películas en salas cinematográficas objeto de análisis.

| Empresas | Exhibición Cinematográfica en España - 2013 | | | | | |
|--|---|-----------------------|-------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------|
| | Pantallas | Ingresos (miles €) | Espectadores (miles) | Pantallas (Cuota) | Ingresos (Cuota) | Espectadores (Cuota) |
| Cinesa ⁹ | 555 | [...] | [...] | 14,47% | [20-30]% | [20-30]% |
| Parque Corredor | 9 | [...] | [...] | 0,23% | [0-10]% | [0-10]% |
| Cinesa+Parque Corredor | 564 | [...] | [...] | 14,70% | [20-30]% | [20-30]% |
| Kinépolis | 64 | [...] | [...] | 1,67% | [0-10]% | [0-10]% |
| Comedia | 5 | [...] | [...] | 0,13% | [0-10]% | [0-10]% |
| Cinesa+P.Corre dor+Kinépolis+ Comedia | 633 | [...] | [...] | 16,50% | [20-30]% | [20-30]% |
| Yelmo | 449 | [...] | [...] | 11,70% | [10-20]% | [10-20]% |
| Cinebox | 228 | [...] | [...] | 5,94% | [0-10]% | [0-10]% |
| ACEC | 251 | [...] | [...] | 6,54% | [0-10]% | [0-10]% |
| Neocine | 119 | [...] | [...] | 3,10% | [0-10]% | [0-10]% |
| Otros | 2.156 | [...] | [...] | 56,20% | [40-50]% | [40-50]% |
| Total | 3.836 | 420.369 | 78.660 | 100% | 100% | 100% |

Fuente: Notificante

- (39) En el ámbito nacional de exhibición de películas en salas de cine, la cuota de la entidad resultante en 2013 se sitúa en torno al [20-30]% en términos de ingresos y al [20-30]% en términos de número de espectadores.

- (40) Si se incluye Kinépolis (Madrid) y Comedia (Barcelona), con quien CINESA mantiene acuerdos de adquisición conjunta de derechos de exhibición de películas¹⁰, la cuota resultante asciende a [20-30]% (espectadores) y [20-30]% (recaudación en taquilla). En cualquier caso la adquisición de cuota a nivel nacional es del [0-10] %.

⁹ Incluye el cine Capitol cuyo control ostenta CINESA en virtud de un acuerdo de gestión integral y programación.

¹⁰ El acuerdo con Comedia es de fecha 3 de octubre de 2005 y con Kinépolis de fecha 5 de julio de 2000.

| Empresas | Exhibición Cinematográfica en la Comunidad de Madrid - 2013 | | | | | |
|---------------------------------------|---|-----------------------|-------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------|
| | Pantallas | Ingresos (miles €) | Espectadores (miles) | Pantallas (Cuota) | Ingresos (Cuota) | Espectadores (Cuota) |
| Cinesa | 176 | [...] | [...] | 39,2% | [40-50]% | [40-50]% |
| Parque Corredor | 9 | [...] | [...] | 2,0% | [0-10]% | [0-10]% |
| Cinesa+Parque Corredor | 185 | [...] | [...] | 41,2% | [40-50]% | [40-50]% |
| Kinépolis | 25 | [...] | [...] | 5,6% | [10-20]% | [0-10]% |
| Cinesa+Parque Corredor+Kinépol | 210 | [...] | [...] | 46,8% | [50-60]% | [50-60]% |
| Dreams | 15 | [...] | [...] | 3,3% | [0-10]% | [0-10]% |
| Yelmo | 86 | [...] | [...] | 19,2% | 20,0% | [20-30]% |
| Ábaco | 29 | [...] | [...] | 6,5% | [0-10]% | [0-10]% |
| Macho | 30 | [...] | [...] | 6,7% | [0-10]% | [0-10]% |
| Otros | 79 | [...] | [...] | 17,6% | [10-20]% | [10-20]% |
| Total | 449 | 109.697 | 14.996 | 100% | 100% | 100% |

Fuente: Notificante

(41) En la Comunidad Autónoma de Madrid CINESA es el principal operador con una cuota conjunta del [40-50]% ([50-60]% si se tiene en cuenta la cuota de Kinépolis), si bien el negocio adquirido tiene una cuota marginal del [0-10]%. El principal competidor de CINESA es YELMO y el resto de la oferta está muy atomizada.

| Empresas | Exhibición Cinematográfica en el área de Parque Corredor (10 Km) - 2013 | | | | | |
|-------------------------------|---|-----------------------|-------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------|
| | Pantallas | Ingresos (miles €) | Espectadores (miles) | Pantallas (Cuota) | Ingresos (Cuota) | Espectadores (Cuota) |
| Cinesa | 8 | [...] | [...] | 10,5% | [10-20]% | [10-20]% |
| Parque Corredor | 9 | [...] | [...] | 11,8% | [0-10]% | [0-10]% |
| Cinesa+Parque Corredor | 17 | [...] | [...] | 22,4% | [20-30]% | [20-30]% |
| Yelmo | 40 | [...] | [...] | 52,6% | [60-70]% | [60-70]% |
| La Dehesa | 19 | [...] | [...] | 25,0% | [10-20]% | [10-20]% |
| Total | 76 | 15.735 | 2.228 | 100% | 100% | 100% |

Fuente: Notificante

(42) En la zona de influencia del centro comercial "Parque Corredor" (10 kilómetros) la cuota del negocio adquirido es del [0-10]% y la entidad resultante alcanzará una cuota del [10-20]%. El principal competidor es Yelmo con una cuota notablemente superior ([60-70]%).

| Empresas | Exhibición Cinematográfica en el área de Parque Corredor (20 Km) - 2013 | | | | | |
|-------------------------------|---|-----------------------|-------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------|
| | Pantallas | Ingresos (miles €) | Espectadores (miles) | Pantallas (Cuota) | Ingresos (Cuota) | Espectadores (Cuota) |
| Cinesa | 60 | [...] | [...] | 30,0% | [30-40]% | [30-40]% |
| Parque Corredor | 9 | [...] | [...] | 4,5% | [0-10]% | [0-10]% |
| Cinesa+Parque Corredor | 69 | [...] | [...] | 34,5% | [30-40]% | [30-40]% |
| Dreams | 15 | [...] | [...] | 7,5% | [10-20]% | [10-20]% |
| Yelmo | 40 | [...] | [...] | 20,0% | [20-30]% | [20-30]% |
| Ábaco | 22 | [...] | [...] | 11,0% | [0-10]% | [0-10]% |
| Otros | 54 | [...] | [...] | 27,0% | [20-30]% | [20-30]% |
| Total | 200 | 47.552 | 6.518 | 100% | 100% | 100% |

Fuente: Notificante

(43) En la zona de influencia del centro comercial “Parque Corredor” (20 kilómetros) la cuota del negocio adquirido es del [0-10]% y la entidad resultante alcanzará una cuota del [30-40]%. Los principales competidores son Yelmo y Dreams. Cabe destacar que la cuota de ÁBACO que figura en las tablas es inferior en la actualidad, ya que la multisala (Diversia) ha sido recientemente adquirida por Kinépolis¹¹. Por tanto, en esta área geográfica solo queda un cine de ÁBACO en proceso de liquidación.

VII.3. Precios y sistema de distribución

(44) Según indica la notificante, la distribución cinematográfica en España está altamente concentrada en un limitado número de operadores, normalmente integrados en grandes grupos de comunicación y controlados, en última instancia, por los principales estudios cinematográficos estadounidenses, lo que les otorga, dada la importancia de los grandes estrenos cinematográficos, un elevado poder de negociación.

(45) Para compensarlo, algunos exhibidores se agrupan en centrales de compra o suscriben acuerdos de programación con competidores, con el fin de obtener una masa crítica suficiente para alcanzar acuerdos en las mejores condiciones económicas. Como ya se ha indicado, CINESA tiene suscritos dos acuerdos de programación con Kinépolis y Comedia.

(46) Los cinco proveedores principales de CINESA que acaparan más del 70% de las compras de películas que realiza este operador son distribuidoras controladas por las grandes productoras norteamericanas (“majors”)¹². No se dispone de información sobre la estructura del aprovisionamiento de películas por el negocio adquirido, pero se estima que los proveedores principales son los mismos que distribuyen a CINESA.

¹¹ El acuerdo firmado entre CINESA y Kinépolis de adquisición de contenidos no se aplica al cine de Diversia.

¹² Warner Bros Entertainment España S.L.; The Walt Disney Company Iberia, S.L.; Universal Pictures Internat. Spain, S.L.; Sony Pictures Releasing De España, S.A.; y Hispano Foxfilm, S.A.E.

- (47) La negociación con los proveedores se realiza a nivel nacional con carácter previo a la proyección sobre la base de las expectativas comerciales que genera cada película.
- (48) La elección del momento del lanzamiento de las películas suele ser controlado por las distribuidoras, que deben rentabilizar las grandes inversiones dedicadas a la promoción de las películas y en muchas ocasiones también eligen las salas en las que deben proyectarse.
- (49) La distribución no se realiza en régimen de exclusividad y de hecho, la misma película suele ser exhibida por diversos cines de una misma localidad.
- (50) En lo que se refiere a los niveles de precios cobrados en las salas de cine al espectador, la notificante señala que éstos vienen determinados por la estructura de costes del oferente (adquisición de derechos de exhibición de películas, costes de personal e instalaciones) y por factores externos como la oferta de ocio adyacente a las salas de exhibición, los servicios añadidos que se ofrecen (parking gratuito, oferta de restauración) o la capacidad adquisitiva del público objetivo.
- (51) El precio cobrado por CINESA a los espectadores en 2012 es ligeramente superior ([...] euros en 2012) al precio medio de España (6,52 euros)¹³. Según estimaciones de la notificante estos precios se mantienen aproximadamente en los mismos niveles en 2013 y 2014. El diferencial de precio en relación con CINESA se explica fundamentalmente por la ubicación de los cines de CINESA en las principales ciudades, en centros comerciales de primer nivel y por la calidad de sus salas y proyecciones.
- (52) En la Comunidad de Madrid los precios sin descuento de CINESA son iguales en prácticamente todos los cines¹⁴ y ligeramente superiores ([...] euros) a los cobrados por su principal competidor YELMO ([...] euros)¹⁵. El precio medio de CINESA en esta Comunidad es también ligeramente superior ([...] euros) al precio medio ([...] euros).
- (53) Asimismo, la notificante indica que el precio medio del área de influencia del negocio adquirido es algo menor ([...] euros).

VIII. VALORACIÓN

- (54) La operación de concentración afecta fundamentalmente al mercado de exhibición de películas en salas cinematográficas en la Comunidad Autónoma de Madrid.
- (55) En este mercado la cuota adquirida es reducida, si bien la entidad resultante tiene una cuota de mercado elevada (superior al 50% teniendo en cuenta el acuerdo de programación conjunta con Kinépolis).

¹³ Datos del Ministerio de Educación Cultura y Deporte. <http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/Anio2012/CineResumen.html>. Los datos para el año 2013 aún no han sido publicados.

¹⁴ Excepto Cines Las Rosas y Cinesa Capitol que es algo menor.

¹⁵ Kinépolis y Dreams palacio de Hielo tienen tarifas superiores a las de CINESA.

- (56) No obstante, el cine adquirido no genera una presión competitiva significativa en la Comunidad de Madrid, especialmente si se tiene en cuenta que su actual gestor, ÁBACO, está en proceso de liquidación.
- (57) De cara a estudiar en qué medida la operación refuerza significativamente el poder de mercado de la entidad resultante, hay que tener en cuenta la estructura de la oferta en el área de influencia del cine adquirido.
- (58) En el área próxima al centro comercial “Parque Corredor” (radio de 10Kms) el nivel de cuota conjunto no es especialmente elevado ([20-30]%) y en el área de influencia de 20 Kms alrededor del negocio adquirido, la cuota conjunta es superior ([30-40]%), aunque con una adición reducida, y hay competidores alternativos significativos.
- (59) Además, como ya se ha indicado, las recientes adquisiciones de los cines de ÁBACO (Plaza Norte por Yelmo y Diversia por Kinépolis), reduce las posibilidades de que CINESA aumente a corto plazo su cuota de forma considerable en Madrid y en las dos áreas próximas al Centro Comercial Parque Corredor.
- (60) Otro elemento muy importante a tener en consideración es que la exhibición cinematográfica en España es un sector en declive, dado el cambio en los hábitos de consumo de contenidos cinematográficos, facilitado entre otras razones por las nuevas tecnologías, que han incrementado el consumo de dichos contenidos en el hogar. Esto limita la capacidad de la entidad resultante para incrementar sus precios tras la operación de concentración.
- (61) A la vista de lo anterior, no se espera que la presente operación de concentración obstaculice la competencia efectiva en el mercado analizado, por lo que sería susceptible de ser autorizada en primera fase sin compromisos.

IX. 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 aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

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, deberán quedar fuera de la autorización el pacto de no competencia, en la medida que establece una exclusividad por un periodo superior a dos años, que se considera no accesorio a la operación de concentración notificada.