

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1451/24 BASIC FIT/RSG SPAIN

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 2 de marzo de 2024 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) notificación de la operación de concentración consistente en la adquisición del control exclusivo de RSG GROUP ESPAÑA, S.L.U. (RSG) por parte de BASIC-FIT INTERNATIONAL, B.V. (BASIC-FIT) mediante la adquisición del 100% de sus participaciones sociales.
- (2) La notificación ha sido realizada por la empresa adquirente, 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 la letra a) del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC), aprobado por el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero.
- (3) La fecha límite para acordar la segunda fase del procedimiento es el 2 de abril de 2024, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

2. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (4) La operación de concentración económica notificada consiste en la adquisición del control exclusivo de RSG por parte de BASIC-FIT mediante la adquisición del 100% de sus participaciones sociales.
- (5) La operación se rige por el Acuerdo de compraventa suscrito entre RSG GROUP GMBH y BASIC FIT SPAIN, S.A.U., sujeto, entre otras condiciones suspensivas, a la autorización de la operación por parte de la CNMC.
- (6) La operación es una concentración económica según el artículo 7.1.b) de la LDC.

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

- (7) De acuerdo con la notificante, la operación no tiene dimensión comunitaria, al no cumplirse los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento (CE) número 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (8) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse el umbral establecido en la letra a) del artículo 8.1. de la mencionada norma.

4. EMPRESAS PARTICIPES

4.1 ADQUIRENTE: BASIC-FIT INTERNATIONAL, B.V. (BASIC-FIT)

- (9) Según la notificante, BASIC-FIT es un grupo empresarial creado en 1984 y que cotiza en la bolsa de Ámsterdam. Actualmente es la cadena de gimnasios¹ más grande y de mayor crecimiento de Europa, con 1.453 clubes y 3,35 millones de miembros en seis países². En España cuenta en la actualidad con 150 gimnasios³.
- (10) El Grupo BASIC-FIT, cuya matriz última es BASIC-FIT, N.V., está organizado por filiales nacionales⁴, entre las que se encuentra BASIC-FIT SPAIN, S.A.
- (11) Según la notificante, el volumen de negocios de BASIC-FIT en 2022, conforme al artículo 5 del RDC, fue el siguiente:

Volumen de negocios de BASIC-FIT en 2022 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[>250]	[<60]

Fuente: Notificación

4.2 ADQUIRIDA: RSG GROUP ESPAÑA, S.L.U. (RSG)

- (12) De acuerdo con la notificante, RSG es la filial española del grupo alemán RSG Group GmbH, creado en 1997. Las empresas y marcas de dicho Grupo (John Reed Fitness, Heimat, McFit o Gold's Gym) ofrecen a sus clientes gran variedad de servicios de fitness y bienestar, clases de fitness en grupo y entrenamiento personal.
- (13) RSG opera en España una red de 47 gimnasios y centros deportivos bajo las marcas McFit y Holmes Place, todos ellos gestionados directamente.
- (14) Según la notificante, el volumen de negocios de RSG en el año 2022, conforme al artículo 5 del RDC, fue el siguiente:

Volumen de negocios de RSG en 2022 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
[<2.500]	[<250]	[<60]

¹ Su red de gimnasios no contiene centros franquiciados; son todos ellos propiedad de BASIC-FIT.

² Según la notificante, en 2022 operaba 231 clubes en los Países Bajos, 219 en Bélgica, 10 en Luxemburgo, 3 en Alemania, 647 en Francia y 90 en España.

³ En Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Cantabria, Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, La Rioja, Navarra, Asturias, País Vasco y Murcia.

⁴ En Países Bajos : Basic Fit Nederland B.V. ; Bélgica: Basic-Fit Belgium B.V. ; Luxemburgo : Basic-Fit Luxembourg, S.A. ; Francia: Basic-Fit II S.A.S., y Alemania: Basic-Fit Germany GmbH.

5. MERCADOS RELEVANTES

- (15) La operación de concentración económica se enmarca en el sector de servicios de gestión de gimnasios, entendiendo esta DC que este tipo de instalaciones son aquellas que disponen de, al menos, una sala de máquinas y de pesas de uso libre para el demandante de dicho servicio, excluyendo aquellas instalaciones en las que solo se entrena un tipo de disciplina deportiva mediante clases de ejercicios (como es el caso de crossfit, yoga o artes marciales, entre otros). Todos los gimnasios que gestionan las partes son privados, estando ambas presentes en el segmento *no premium* y la adquirida, adicionalmente, en el *premium*.

5.1. Mercado de producto

- (16) En el precedente comunitario *Bridgepoint Capital/Permira/Holmes Place*⁵ la Comisión Europea analizó como mercado de producto relevante aquel que comprendía todos los centros deportivos y de ocio, dejando abierta la definición exacta del mismo, puesto que, con independencia de cualquier posible segmentación, la operación no daba lugar a riesgos desde el punto de vista de la competencia.
- (17) En otro precedente comunitario⁶ también se analizó el mercado de gestión/explotación de gimnasios locales, cuyos servicios ofrecidos van desde el levantamiento individual de pesas/fuerza o el entrenamiento cardiovascular en el gimnasio hasta un amplio horario de clases de ejercicio en grupo. En los clubes de mayor categoría, también se ofrecen servicios adicionales como sala de estar, piscina, salón de bronceado, saunas y baño turco, guardería, desayuno gratuito y aparcamiento, entre otros.
- (18) No obstante, si bien existe cierta convergencia entre gimnasios de distinta titularidad⁷, la Comisión Europea⁸ ha considerado que un mercado de producto que comprendiese todos los centros de deportes y de ocio, incluyendo los centros **públicos y privados**, sería demasiado amplio, dadas las importantes diferencias existentes en lo relativo a los servicios ofrecidos⁹ y a la estructura de

⁵ M.3169 BRIDGEPOINT CAPITAL/ PERMIRA/ HOLMES PLACE.

⁶ M.6982 - ALTOR FUND III/ TRYGHEDSGRUPPEN/ ELIXIA/ HFN GROUP.

⁷ Por ejemplo, ambos pueden ofrecer clases colectivas u ofrecer el uso de piscinas.

⁸ M.3169 BRIDGEPOINT CAPITAL / PERMIRA / HOLMES PLACE; M.6354 – CVC/ VIRGIN GROUP HOLDINGS/ VIRGIN ACTIVE GROUP: HEALTH AND FITNESS CENTRES; M.6982 - ALTOR FUND III/ TRYGHEDSGRUPPEN/ ELIXIA/ HFN GROUP.

⁹ En el precedente M.3169 BRIDGEPOINT CAPITAL/PERMIRA/HOLMES PLACE las partes notificantes manifestaron que los centros públicos tienden a ofrecer actividades puramente deportivas, mientras que los privados se centran en servicios de *fitness*.

costes¹⁰. Esta distinción también es recogida por la CMA (*Competition and Markets Authority*)¹¹¹².

- (19) En este sentido, la notificante reconoce que los gimnasios públicos y privados no deberían formar parte del mismo mercado, si bien insiste en la existencia de determinados centros deportivos públicos cuyas infraestructuras y servicios son similares a las de los gimnasios privados y, por tanto, podrían competir con ellos o, al menos, ejercer importante presión competitiva.
- (20) Adicionalmente, la Comisión Europea¹³ ha considerado una posible distinción dentro del mercado de los **gimnasios privados** teniendo en cuenta las diferencias existentes, por un lado, en términos de precio, y por otro, los servicios que ofrecen.
- (21) En esa misma línea, otras autoridades de competencia, como la CMA¹⁴, han distinguido varios tipos de gimnasios, como los de gama económica, gama media, *premium*¹⁵, gimnasios públicos y gimnasios especializados. Dada esta diferenciación, dicha autoridad considera que los gimnasios económicos y de gama media no ofrecen la misma variedad o calidad de servicios, por lo que, atendiendo a la sustituibilidad de la demanda, no se consideran alternativas que compitan dentro del mismo mercado que los *premium*.
- (22) En este sentido, la CMA¹⁶ ha considerado comparables gimnasios que ofrecían la mayoría o todas las siguientes instalaciones: i) gimnasio; ii) clases de ejercicio; iii) piscina; iv) sauna; v) cafetería; vi) guardería y vii) tratamientos de belleza/spa.
- (23) Esta Dirección comparte estas valoraciones y considera que los gimnasios que ofrezcan al menos tres de las instalaciones citadas podrían ser considerados gimnasios *premium*.

5.2 Mercado geográfico

- (24) En lo que respecta al ámbito geográfico, en el precedente comunitario *Bridgepoint Capital/Permira/Holmes Place*¹⁷ se consideró que el principal factor que determina la elección de un centro deportivo por los consumidores es la

¹⁰ De acuerdo con el precedente M. 3169 BRIDGEPOINT CAPITAL/PERMIRA/HOLMES PLACE, los centros públicos normalmente cobran a los consumidores por el uso de la instalación (« *pay-as-you-play* »), mientras que los privados requerían el pago de una matrícula única (*one-off join fee*) y una suscripción mensual que no limitaba el uso de las instalaciones por parte de los usuarios. No obstante, se advertía en el precedente que determinados centros públicos estaban adoptando ya el modelo tarifario de los centros privados.

¹¹ Anticipated acquisition by Virgin Active Group Limited of Holmes Place Health Clubs Limited; ME/4994/11: Acquisition by Virgin Active Holdings Limited of Esporta Racquets and Non-Racquets Holdings; ME/6526-15 Completed acquisition by Pure Gym of the LA Fitness business; Anticipated combination of Pure Gym Limited and The Gym Limited.

¹² A modo de ejemplo en los centros de titularidad pública existen cuestiones relativas a la programación de actividades deportivas, su tipología, frecuencias, horarios, número mínimo de plazas ofertadas, etc. que vienen determinadas por la Administración concedente, a través de las condiciones recogidas en los Pliegos. Lo mismo ocurre con las tarifas.

¹³ M. 3169 – BRIDGEPOINT CAPITAL / PERMIRA / HOLMES PLACE; M. 6982 - ALTOR FUND III/ TRYGHEDSRUPPEN/ ELIXIA/ HFN GROUP.

¹⁴ Entre otros, en los Asuntos Anticipated combination of Pure Gym Limited and The Gym Limited (Pure Gym/The Gym) ; ME/6679/17: Acquisition by David Lloyd Clubs of 16 Virgin Active gyms.

¹⁵ La CMA los considera más caros que los gimnasios de gama económica, ya que ofrecen acceso a mejores instalaciones y mejor ambiente e incluyen a menudo servicios “húmedos” (“*wet facilities*”). Este tipo de gimnasios puede variar considerablemente en tamaño y ofrece generalmente una multiplicidad de contratos cuyos precios no se anuncian normalmente online (*Pure Gym Limited/The Gym*).

¹⁶ Anticipated acquisition by Virgin Active Group Limited of Holmes Place Health Clubs Limited ; ME/4994/11: Acquisition by Virgin Active Holdings Limited of Esporta Racquets and Non-Racquets Holdings.

¹⁷ M. 3169 – BRIDGEPOINT CAPITAL / PERMIRA / HOLMES PLACE.

cercanía a la localización del mismo y se delimitó el ámbito geográfico en función de isócronas¹⁸, considerando que el área geográfica más estrecha posible se correspondería con una isócrona de 1500 metros, que equivaldría a una distancia de desplazamiento a pie de 15 minutos hasta el centro deportivo en cuestión; se consideró que la zona de captación sería mayor en los desplazamientos en coche o en transporte público, si bien esta cuestión se dejó abierta, al no dar lugar a problemas de competencia.

- (25) La notificante estima desacertado¹⁹ tener en cuenta isócronas de 15 minutos a pie y sugiere analizar el mercado de acuerdo con isócronas de 20 minutos en coche, que incluso podrían reducirse a 10 minutos en coche²⁰.
- (26) No obstante, la CMA realizó un test de mercado en el marco del expediente ME/2628/06 *Virgin Active Group Ltd / Holmes Place Health Clubs Ltd*, en el que se confirmó que la dimensión geográfica considerada por la Comisión Europea (que abarcaba un radio de 1500 metros correspondiente a 15 minutos a pie) era adecuada. Adicionalmente, en dicho expediente se menciona que este alcance podría ser demasiado estrecho para aquellas localidades fuera de Londres, en las que parece más realista asumir que los demandantes se desplazan en coche. No obstante, se desconocía la proporción de demandantes que acuden en coche, andando o en transporte público a estas instalaciones que no se encuentran en el centro de Londres, por lo que finalmente se consideró una isócrona de 15-20 minutos a pie y 15-20 minutos en coche alrededor de cada instalación adquirida.
- (27) En línea con lo anterior, a efectos del análisis de esta operación, se delimitarán geográficamente los mercados afectados mediante isócronas de 15 minutos en coche alrededor de cada una de las instalaciones adquiridas y, adicionalmente, de 15 minutos a pie en el centro de Madrid²¹ y Barcelona²².

6. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

6.1 Estructura de la oferta y cuotas de mercado

- (28) La oferta del sector presenta una notable fragmentación, predominando los pequeños gimnasios independientes, si bien sigue apreciándose una tendencia

¹⁸ La Comisión consideró que una isócrona de 15 minutos a pie era más preciso que el ámbito geográfico delimitado por códigos postales que proponía la notificante.

¹⁹ La notificante hace referencia, asimismo, a precedentes nacionales y comunitarios en el mercado de distribución comercial de bienes de consumo diario, en los que se han considerado isócronas de entre 10 y 30 minutos en coche, o a precedentes comunitarios en el mercado de venta de bienes al consumidor (electrónica y telefonía y venta al por menor de ropa deportiva), en los que la Comisión ha considerado isócronas de 20 a 30 minutos en coche. No obstante, esta DC considera que, por su propia naturaleza, los servicios de distribución minorista no son análogos a los servicios de gestión de instalaciones deportivas.

²⁰ De acuerdo con la notificante, más del [CONFIDENCIAL] de sus socios residen en un radio de 10 minutos en coche del gimnasio del que son miembros.

²¹ Se considerarán ubicados en el centro de Madrid todos aquellos barrios que se encuentren dentro de la vía de circunvalación M-30.

²² Teniendo en cuenta que, dentro de grandes ciudades, como Londres, una mayor proporción de clientes se desplazan a pie desde su casa o su lugar de trabajo para ir al gimnasio, mientras que fuera de las grandes ciudades (y, en concreto, de Londres), la mayoría de clientes se desplazan en coche [Ver Decisiones de la CMA en los Asuntos Anticipated acquisition by Virgin Active Group Limited of Holmes Place Health Clubs Limited (2006); HBOS / David Lloyd Leisure (2007); ME/4994/11: Acquisition by Virgin Active Holdings Limited of Esporta Racquets and Non-Racquets Holdings (2011); Pure Gym/The Gym (2014) and Pure Gym/La Fitness (2015)].

de concentración empresarial, impulsada por el avance de los principales grupos, así como por el cierre de medianos y pequeños operadores²³.

- (29) Así, de acuerdo con el Informe “*European Health and Fitness Market Report 2023*”²⁴, el mercado de la gestión de instalaciones deportivas en España se caracteriza por una presencia relativamente elevada de operadores de un solo club, si bien las 10 principales enseñas alcanzaron en 2022 una cuota de mercado conjunta del 42%, cuatro puntos más que la contabilizada dos años antes²⁵.
- (30) La crisis provocada por la pandemia de Covid-19 obligó a muchos gimnasios de España a cerrar²⁶, existiendo unos 2.660 centros operativos en el país a finales de 2020. Los gimnasios *smart price* (o *low cost*) fueron los primeros que recuperaron en España la afluencia de público a sus centros tras la pandemia y han resultado ser, asimismo, los más favorecidos por la moda de acudir al gimnasio entre los jóvenes²⁷.
- (31) En 2021, gracias al levantamiento de las restricciones, tuvo lugar un crecimiento en el número de clubes que se confirmó en 2022, con unos 4.560 gimnasios en España a finales de ese año²⁸.
- (32) Según el citado Informe de EuropeActive y Deloitte, en 2022 el mercado español de gimnasios continuó su crecimiento con nuevos usuarios, volviendo casi a niveles anteriores a la pandemia. Adicionalmente, prácticamente todas las principales cadenas de gimnasios aumentaron el número de centros, bien orgánicamente, como Basic-Fit o mediante fusiones, como el Grupo RSG.
- (33) Durante el año 2023 se abrieron 203 nuevos gimnasios en España, destacando Basic-Fit, Synergym, Fitness Park²⁹ y Vivagym³⁰ como impulsores clave de la expansión, al aportar el 46% del total de nuevos centros. Y durante 2024 estos operadores, además de Dreamfit, han anunciado importantes expansiones³¹. Adicionalmente, cadenas de gimnasios de menor entidad, como Fitup, que tiene en la actualidad 20 centros en España, están, asimismo, en fase de crecimiento³².
- (34) Los principales operadores en España a 31 de diciembre de 2023 por número de abonados y de centros fueron Basic-Fit (330.400 abonados y 140 centros)³³, Synergym (207.600 abonados y 88 centros)³⁴, Altafit (195.880 y 83 centros),

²³ <https://www.dbk.es/es/detalle-nota/gimnasios-2024>

²⁴ Realizado por EuropeActive y Deloitte: [A.05 Informe de Deloitte sobre el mercado del fitness en Europa en 2023 \(4\).PDF](#)

²⁵ <https://www.dbk.es/es/detalle-nota/gimnasios-2024>

²⁶ Solo en 2020 más de 2.000 instalaciones deportivas de este tipo cesaron su actividad

²⁷ https://issuu.com/cmdsport/docs/cmdsport_468_informe_gimnasios_2024_los_li_deres_/40

²⁸ <https://es.statista.com/estadisticas/818958/evolucion-anual-del-numero-de-gimnasios-en-espana/>

²⁹ Con 13 nuevos centros: https://issuu.com/cmdsport/docs/cmdsport_468_informe_gimnasios_2024_los_li_deres_/40

³⁰ Con 6 nuevos gimnasios: https://issuu.com/cmdsport/docs/cmdsport_468_informe_gimnasios_2024_los_li_deres_/40

³¹ https://issuu.com/cmdsport/docs/cmdsport_468_informe_gimnasios_2024_los_li_deres_

³² La empresa planea abrir 2 o 3 gimnasios más en 2024, centrándose en Madrid y Barcelona: <https://www.cmdsport.com/fitness/actualidad-fitness/fit-up-concluira-la-proxima-semana-plan-expansion-2023/>

³³ Basic-Fit, que abrió 51 nuevos centros en 2023, es « *el gran líder del segmento smart price en España y en Europa (...)* »: https://issuu.com/cmdsport/docs/cmdsport_468_informe_gimnasios_2024_los_li_deres_

³⁴ Esta cadena española está demostrando una gran proyección en el escenario *smart price* español y en 2023 fue el único operador del fitness español que, junto con Brooklyn Fitboxing, logró rebasar las 20 nuevas implantaciones, con 24 nuevos centros): https://issuu.com/cmdsport/docs/cmdsport_468_informe_gimnasios_2024_los_li_deres_/40

Vivagym (185.000 abonados y 63 centros) y Dreamfit (101.000 abonados y 23 centros)³⁵.

- (35) Además, de acuerdo con el Informe “*European Health and Fitness Market Report 2023*”³⁶, una característica específica del mercado español son las denominadas concesiones de operadores, mediante las que se gestionan grandes instalaciones deportivas cuya titularidad es de las Administraciones Públicas. Así, en lo que respecta al segmento concesional, los principales operadores en España a 31 de diciembre de 2023 fueron Forus (216.000 abonados y 66 gimnasios operativos, de los cuales 45 se encuentran en España), Go-Fit (181.062 abonados y 18 centros), Supera (178.520 abonados y 29 centros) y Servicio/Beone (138.896 abonados y 33 centros)³⁷.

Mercado de gestión de instalaciones deportivas

- (36) De acuerdo con la notificante, las cuotas para el mercado de gestión de instalaciones deportivas en 2022³⁸ son las siguientes:

Mercado de gestión de instalaciones deportivas – Cuotas >15% por número de instalaciones. Isócrona 15 mins en coche³⁹				
Municipio	Instalación adquirida	Cuota Adquirente	Cuota Adquirida	Cuota conjunta
Barberà del Vallès	McFit Barberà del Vallès	3,12%	12,50%	15,62%

Fuente: Notificación

³⁵ https://issuu.com/cmdsport/docs/cmdsport_468_informe_gimnasios_2024_los_li_deres_/40

³⁶ Realizado por EuropeActive y Deloitte : [A.05 Informe de Deloitte sobre el mercado del fitness en Europa en 2023 \(4\).PDF](#)

³⁷ Ibid.; <https://www.cmdsport.com/fitness/actualidad-fitness/forus-revalida-hegemonia-espana-al-alcanzar-los-123-millones-euros/>

³⁸ Según la notificante, en los tres últimos años no ha tenido lugar ninguna modificación significativa de las cuotas aportadas en ninguno de los segmentos de mercado.

³⁹ De acuerdo con la notificante, en el mercado amplio de gestión de instalaciones deportivas no se supera la cuota del 15% en ninguna isócrona de 15 minutos a pie.

Mercado de gestión de instalaciones deportivas privadas- Cuotas >15% por número de instalaciones. Isócrona 15 mins en coche				
Municipio	Instalación adquirida	Cuota adquirente	Cuota adquirida	Cuota conjunta
Albacete	McFit Albacete	13,05%	4,34%	17,39%
Alcalá de Henares	McFit Alcalá de Henares	10,53%	5,26%	15,79%
Alcobendas	Holmes Place La Moraleja	18,18%	9,09%	27,27%
Barberà del Vallès	McFit Barberà del Vallès	3,22%	12,90%	16,12%
Barcelona	McFit Barcelona Lesseps	2,5%	12,5%	15%
Gijón	McFit Gijón	13,05%	4,34%	17,39%
Hospitalet de Llobregat	McFit Hospitalet de Llobregat	0%	22,22%	22,22%
Jerez de la Frontera	McFit Jerez	9,09%	9,09%	18,18%
Logroño	McFit Logroño	11,76%	5,88%	17,64%
Madrid	McFit Madrid Ventas	16,25%	3,75%	20%
	McFit Madrid Nuevos Ministerios	14,12%	3,52%	17,64%
	McFit Madrid El Carmen	25,71%	2,86%	28,57%
	McFit Madrid Delicias	17,62%	5,88%	23,5%
	McFit Madrid Moncloa	17,75%	4,83%	22,58%
	Holmes Place Palacio de Hielo	14,63%	7,32%	21,95%
	Holmes Place Montecarmelo	17,86%	10,71%	28,57%
Málaga	McFit Málaga	12,5%	3,12%	15,62%
Rubí	McFit Barcelona Rubí	0%	25%	25%
Sevilla	McFit Sevilla Kansas City	10,71%	7,14%	17,85%
	McFit Sevilla Este	10,35%	6,89%	17,24%
Tomares	McFit Tomares	17,92%	3,5%	21,42%
Torrejón de Ardoz	McFit Torrejón On Plaza	10,53%	10,52%	21,05%
	McFit Torrejón Constitución	11,12%	7,4%	18,52%
Valencia	McFit Valencia Amistad	15,52%	1,72%	17,24%
	McFit Valencia Burjassot	21,43%	3,57%	25%
Zaragoza	McFit Zaragoza Delicias	13,63%	2,27%	15,90%

Fuente: Notificación

Mercado de gestión de instalaciones deportivas privadas- Cuotas >15% por número de instalaciones. Isócrona 15 mins a pie				
Municipio	Instalación adquirida	Cuota adquirente	Cuota adquirida	Cuota conjunta
Barcelona	Holmes Place Balmes	0%	20%	20%
	Homes Place Urquinaona	10%	20%	30%
	McFit Barcelona Universitat	0%	33,33%	33,33%
	McFit Barcelona Lesseps	0%	25%	25%
	McFit Barcelona El Clot	0%	20%	20%
Madrid	McFit Madrid Nuevos Ministerios	16,67%	8,33%	25%
	McFit Madrid Delicias	14,29%	14,28%	28,57%

Fuente: Notificación

Mercado de gestión de instalaciones deportivas privadas <i>premium</i>- Cuotas >15% por número de instalaciones. Isócrona 15 mins en coche				
Municipio	Instalación adquirida	Cuota adquirente	Cuota adquirida	Cuota conjunta
Alcobendas	Holmes Place La Moraleja	0%	20%	20%
Madrid	Holmes Place Palacio de Hielo	0%	22,22%	22,22%
	Holmes Place Montecarmelo	0%	23,07%	23,07%

Fuente: Notificación

Mercado de gestión de instalaciones deportivas privadas <i>premium</i>- Cuotas >15% por número de instalaciones. Isócrona 15 mins a pie				
Municipio	Instalación adquirida	Cuota adquirente	Cuota adquirida	Cuota conjunta
Barcelona	Holmes Place Urquinaona	0%	25%	25%
	Holmes Place Balmes	0%	50%	50%

Fuente: Notificación

Mercado de gestión de instalaciones deportivas privadas no <i>premium</i>- Cuotas >15% por número de instalaciones. Isócrona 15 mins en coche				
Municipio	Instalación adquirida	Cuota adquirente	Cuota adquirida	Cuota conjunta

Albacete	McFit Albacete	15,79%	5,26%	21,05%
Alcalá de Henares	McFit Alcalá de Henares	14,28%	7,14%	21,42%
Barberà del Valles	McFit Barberà del Vallès	4,34%	17,39%	21,73%
Barcelona	McFit Barcelona El Clot	9,09%	13,63%	22,72%
	McFit Barcelona Lesseps	5,56%	16,66%	22,22%
	McFit Barcelona Universitat	7,41%	14,81%	22,22%
Cornellà de Llobregat	McFit Cornellà de Llobregat	0%	28,57%	28,57%
Gijón	McFit Gijón	16,67%	5,55%	22,22%
Hospitalet de Llobregat	McFit Hospitalet de Llobregat	0%	22,22%	22,22%
Jerez de la Frontera	McFit Jerez	11,11%	11,11%	22,22%
Leganés	McFit Leganés	12,5%	2,5%	15%
Logroño	McFit Logroño	14,28%	7,14%	21,42%
Madrid	McFit Madrid Ventas	23,21%	5,36%	28,57%
	McFit Madrid Nuevos Ministerios	20,69%	5,17%	25,86%
	McFit Madrid El Carmen	26,47%	2,94%	29,41%
	McFit Madrid Delicias	18,75%	6,25%	25%
	McFit Madrid Moncloa	23,91%	6,52%	30,43% ⁴⁰
Málaga	McFit Málaga	18,18%	4,54%	22,72%
Mataró	McFit Mataró	0%	20%	20%
Ripollet	McFit Ripollet	5,27%	15,78%	21,05%
Rubí	McFit Barcelona Rubí	0%	30%	30%
Santander	McFit Santander	12,5%	6,25%	18,75%
Sevilla	McFit Sevilla Kansas City	16,66%	11,11%	27,77%
	McFit Sevilla Este	13,04%	8,69%	21,73%
Tomares	McFit Tomares	22,73%	4,54%	27,27%
Torrejón de Ardoz	McFit Torrejón On Plaza	14,29%	14,28%	28,57%
	McFit Torrejón Constitución	5%	20%	25%
Valencia	McFit Valencia Amistad	18,75%	2,08%	20,83%
	McFit Valencia Burjassot	23,08%	3,84%	26,92%
Zaragoza	McFit Zaragoza Actur	5,88%	11,76%	17,64%
	McFit Zaragoza Delicias	18,18%	3,03%	21,21%

Fuente: Notificación

Mercado de gestión de instalaciones deportivas privadas no <i>premium</i>- Cuotas >15% por número de instalaciones. Isócrona 15 mins a pie				
Municipio	Instalación adquirida	Cuota adquirente	Cuota adquirida	Cuota conjunta

⁴⁰ Ibid.

Barcelona	McFit Barcelona Lesseps	0%	33,33%	33,33%
	McFit Barcelona El Clot	0%	33,33%	33,33%
	McFit Barcelona Universitat	0%	20%	20%
Madrid	McFit Madrid Nuevos Ministerios	28,58%	14,28%	42,86%
	McFit Madrid Delicias	20%	20%	40%
	McFit Madrid Ventas	0%	20%	20%

Fuente: Notificación

6.2 Estructura de la demanda y precios

- (37) De acuerdo con el Informe de Statista sobre “*el sector del fitness en España*”⁴¹, en 2022, los aproximadamente 4.500 gimnasios repartidos por toda España contaban con unos 5,5 millones de socios, cifra que no solo supuso un incremento de más de medio millón con respecto al año anterior, sino que se quedó al borde de los datos registrados antes del inicio de la pandemia de Covid-19.
- (38) Así, el porcentaje de abonados a los gimnasios en España creció en 2023 un 4% aproximadamente con respecto a 2022⁴², alcanzando el 16,5% de la población. Consecuentemente, los ingresos aumentaron en más de 500 millones de euros, dado que gran parte de la facturación anual de este sector procede de las cuotas de sus abonados, que varían según el segmento o modelo de negocio del centro deportivo.
- (39) En lo relativo a los niveles de precios de los gimnasios, el citado Informe de Statista indica que, en el caso de los gimnasios de bajo coste o “*low cost*”, la cuota se encuentra en algo más de 20 euros mensuales, mientras que otros centros privados, entre los que se incluyen los “*premium*”, tienen cuotas de más de 60 euros.
- (40) En relación con los **niveles de precios** de las partes, la notificante explica que Basic-Fit cuenta en la actualidad con dos tipos de afiliación, COMFORT a 24,99 euros y PREMIUM a 29,99 euros al mes, con un compromiso de 1 año, si bien ofrece, asimismo, una “*opción flexible*” que permite rescindir el contrato en cualquier momento con un preaviso de 4 semanas, por 9,99 euros más al mes⁴³.
- (41) En lo que respecta a RSG, sus tarifas oscilan, según la notificante, para los gimnasios McFit, entre los 29,90 euros con un compromiso de 1 año y los 34,90 euros para abonos con compromiso de 6 meses, existiendo, asimismo, la posibilidad de un contrato de 1 mes por 39,90 euros.
- (42) La notificante indica que estas tarifas están en línea con las de los principales competidores⁴⁴, existiendo en este sector una alta competencia y transparencia

⁴¹ <https://es.statista.com/temas/6047/el-sector-del-fitness-en-espana/#topicOverview>

⁴² <https://es.statista.com/estadisticas/569644/evolucion-del-porcentaje-de-individuos-que-fueron-a-un-gimnasio/>

⁴³ La notificante explica que hasta abril de 2023 Basic-Fit disponía de un tercer abono a 14,99 euros, que daba acceso a un solo club, si bien el mismo ha sido sustituido por el de “*socio fundador*”, disponible en preventa para los clubes de nueva apertura durante un período de tiempo limitado.

⁴⁴ En concreto, las cuotas mensuales de Vivagym oscilan entre los 39,90 y los 36,90 euros; la cuota premium de Synergym es de 34,99 euros; las cuotas mensuales de Fitness Park (la mayoría en régimen de franquicia) oscilan entre los 15 y los 35 euros; las cuotas mensuales de Dreamfit son de alrededor de 38 euros, y las cuotas de Altafit, entre 32,9 y 37,9 euros.

en precios⁴⁵, al publicar todos los operadores del segmento económico sus tarifas en Internet para atraer clientes, además de no existir fidelidad a la marca.

- (43) Según la notificante, en el segmento *premium*, en el que se encontraría la marca Holmes Place, los precios son más elevados, oscilando las cuotas mensuales entre los 90 y los 110 euros.

6.3 Barreras a la entrada y competencia potencial

- (44) La notificante considera que en este mercado no hay barreras significativas de carácter económico o regulatorio, siendo la principal barrera la de encontrar emplazamientos adecuados para la apertura de gimnasios y la de llevar a cabo la inversión necesaria para su instalación y apertura (mediante obras de acondicionamiento de los locales, arrendamiento de máquinas de musculación, fitness y equipamiento, y pago del alquiler del local).
- (45) Las barreras de tipo administrativo no son sustancialmente diferentes, en opinión de la notificante, de las exigidas para la apertura de cualquier establecimiento en el que se preste un servicio de atención y servicio o venta directos al público, tratándose, en concreto, de la obtención de una licencia de apertura y actividad y de una licencia de obras si esta última fuera necesaria⁴⁶. No existen barreras específicas de tipo regulatorio para el desarrollo de esta actividad.
- (46) En lo relativo a la competencia potencial, según la notificante, este sector se encuentra en fase de expansión, teniendo la media de los operadores una antigüedad de entre 10 y 15 años.
- (47) El sector del fitness en España sigue siendo un sector en constante evolución, con nuevos modelos de negocio que se unen a los gimnasios tradicionales y a las cadenas privadas que gestionan instalaciones municipales en régimen de concesión administrativa⁴⁷.
- (48) Destaca en este sentido la llegada a este mercado de las cadenas de gimnasios *low cost* o la más reciente proliferación de centros 24 horas y estudios especializados⁴⁸ o *boutique* (boxeo, yoga, entrenamiento personalizado, etc.)⁴⁹ que, si bien no forman parte del mercado de gestión de gimnasios, sí ejercen presión competitiva.
- (49) De acuerdo con la notificante, están haciendo irrupción en el mercado nuevos entrantes, de diferente perfil, como la cadena francesa de centros On Air, del segmento *low cost*, que puso en marcha en 2023 su primer local en Valencia,

⁴⁵ Según la notificante, la posibilidad para el consumidor de suscribir abonos sin compromisos de permanencia hace que la competencia en precios y servicios sea especialmente intensa.

⁴⁶ La notificante indica que la complejidad y el plazo de obtención de la licencia dependerán de la normativa municipal en vigor en cada localidad y podrán variar en función de la superficie del establecimiento en cuestión, si bien no existen diferencias de peso entre las diferentes normativas locales que se encuentran en vigor en España.

⁴⁷ Informe de Statista “*El sector del fitness en España*” 2023: <https://es.statista.com/temas/6047/el-sector-del-fitness-en-espana/#topicOverview>

⁴⁸ Una de las mayores expansiones ha sido la de la cadena de estudios especializados en kickboxing sin contacto Brooklyn Fitboxing, que abrió cerca de 30 nuevos establecimientos en 2022 y la gran expansión en España de la marca Crossfit, con más de 600 centros-más de 130 solo en Cataluña-.

⁴⁹ Informe de Statista “*El sector del fitness en España*” 2023: <https://es.statista.com/temas/6047/el-sector-del-fitness-en-espana/#topicOverview>

ciudad en la que actualmente cuenta con dos locales, teniendo la compañía previsto implantarse en Madrid, Barcelona y Málaga⁵⁰.

- (50) Otros nuevos operadores que han entrado recientemente en el mercado español, indica la notificante, han sido el grupo francés L'Orange Bleue, con 400 centros en Francia y España⁵¹ y el grupo alemán Easyfitness, que cuenta con más de 170 centros en Europa, y tiene en la actualidad un gimnasio en Baleares. Por otra parte, el grupo Planet Fitness ha anunciado recientemente su intención de abrir centros en España⁵².
- (51) Según la notificante, en lo que respecta al segmento medio, operadores como Forus⁵³ y Go Fit⁵⁴ están también en expansión; al igual que Metropolitan⁵⁵, operador en el segmento *premium*.

7. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

- (52) La operación propuesta consiste en la adquisición del control exclusivo de RSG por parte de BASIC-FIT, mediante la adquisición del 100% de sus participaciones sociales.
- (53) La operación afecta al mercado de gestión de instalaciones deportivas, en concreto, gimnasios privados, tanto *premium* como *no premium*.
- (54) En el mercado de **gestión de instalaciones deportivas**, teniendo en cuenta isócronas de 15 minutos en coche, la cuota resultante solo supera el 15% en el gimnasio adquirido de McFit Barberá del Vallés, siendo de 15,62% (adición del 12,5%).
- (55) En el mercado de **gestión de instalaciones deportivas privadas**, en un ámbito geográfico definido por isócronas de 15 minutos en coche, la cuota de la entidad resultante oscila entre el 15% y el 30% con solapamiento en 25 instalaciones adquiridas (en otros 21 municipios la cuota no alcanza el 15%), existiendo otros dos gimnasios adquiridos cuyas cuotas superan el 15%, pero sin solapamiento (McFit Hospitalet de Llobregat, con un 22,22% y McFit Barcelona Rubí con un 25%). Teniendo en cuenta isócronas de 15 minutos a pie en el centro de Madrid y Barcelona, con solapamiento, la cuota resultante se sitúa entre 25% y 30% en 3 instalaciones adquiridas (McFit Madrid Nuevos ministerios, con un 25% y adición de 8,33%; McFit Madrid Delicias, con un 28,75% y adición del 14,3%, y Holmes Place Urquinaona, con un 30% y adición del 20%); sin solapamiento, la cuota adquirida se encuentra entre el 20% y el 33,33% en McFit Barcelona Universitat, McFit Barcelona El Clot, McFit Barcelona Lesseps y Holmes Place Balmes.
- (56) En el mercado de **gestión de instalaciones deportivas privadas *premium***, considerando isócronas de 15 minutos en coche, la cuota resultante se sitúa

⁵⁰ <https://www.onair-fitness.es/clubes/>

⁵¹ Dispone actualmente de cuatro centros (Valencia, Barcelona, Castellón y Madrid) y tienen intención de abrir nuevos centros : <https://www.lorangebleue.es/nuestros-gimnasios/> .

⁵² <https://www.healthclubmanagement.co.uk/health-club-management-news/Spanish-expansion-for-Planet-Fitness-after-a-strong-year-end/352721>

⁵³ <https://forus.es/>

⁵⁴ <https://go-fit.es/>

⁵⁵ <https://clubmetropolitan.com/gimnasios>

entre el 20% y el 23,07%, no existiendo solapamiento (instalaciones de Holmes Place La Moraleja, Holmes Place Palacio de Hielo y Holmes Place Montecarmelo). Según las isócronas de 15 minutos a pie en el centro de Madrid y Barcelona, la cuota adquirida sería del 25% para Holmes Place Urquinaona y del 50% para Holmes Place Balmes.

- (57) En el mercado de **gestión de instalaciones deportivas privadas no premium**, teniendo en cuenta isócronas de 15 minutos en coche, la cuota resultante se sitúa entre 15% y 30,43%⁵⁶ en 27 instalaciones adquiridas, todas ellas con solapamiento (existiendo otras 11 con cuota resultante inferior al 15%) y sin solapamiento, entre 20% y 30% en 4 instalaciones (McFit Cornellá de Llobregat, McFit Hospitalet de Llobregat, McFit Mataró, McFit Barcelona Rubí). De acuerdo con isócronas de 15 minutos a pie en el centro de Madrid y Barcelona, con solapamiento, la cuota resultante alcanza el **42,86%** (adición del 14,28%) para la instalación adquirida de McFit Madrid Nuevos Ministerios, y el **40%** (adición del 20%) para McFit Madrid Delicias. Adicionalmente, también se adquieren 4 gimnasios en los que las cuotas oscilan entre el 20% y el 33,33%, pero sin solapamiento, en las instalaciones de McFit Barcelona Lesseps, McFit Barcelona El Clot, McFit Barcelona Universitat y McFit Madrid Ventas.
- (58) Por tanto, no se supera el 30% de cuota en ninguna isócrona en el mercado amplio de gestión de instalaciones deportivas, ni tampoco en la isócrona de 15 minutos en coche o a pie en el mercado de gestión de gimnasios privados. No obstante, sí se supera levemente el 30% en la isócrona de 15 minutos a pie en las instalaciones adquiridas de: i) Holmes Place Urquinaona (30%, adición de 20%), y ii) McFit Barcelona Universitat (33,33%), esta última sin solapamiento horizontal. A la luz de la información anterior, se considera que en todos estos mercados la cuota resultante es moderada, sin que se puedan identificarse riesgos para la competencia, al existir una gran gama de competidores alternativos en dichas isócronas.
- (59) Si se atiende a la segmentación más estrecha, en lo que respecta al segmento *premium*, no se encuentra activa la adquirente, por lo que BASIC-FIT ocuparía la posición competitiva ocupada anteriormente por RSG⁵⁷, sin que suponga un riesgo para la competencia al no alterarse la estructura competitiva de mercado previa a la operación.
- (60) Atendiendo al segmento *no premium*, solamente se superaría la cuota del 30% en cuatro instalaciones adquiridas si se atiende a la isócrona de 15 minutos a pie:
- i) en dos de ellas (McFit Barcelona Lesseps y McFit Barcelona El Clot) se adquiere una cuota del 33,33%, si bien no existe solapamiento, por lo que se produce el cambio de un operador por otro;
 - ii) con la adquisición del gimnasio McFit Madrid Delicias resulta una cuota del 40% con adición del 20%, si bien en esta isócrona están activos 3 competidores⁵⁸

⁵⁶ Esta cuota se vería reducida si se considerara el gimnasio Holiday Gym como gimnasio *premium*.

⁵⁷ Solo se supera la cuota del 30% en el gimnasio adquirido de Holmes Place Balmes (50%) si se considera una isócrona de 15 minutos a pie alrededor de dicho gimnasio, si bien en dicha isócrona se encuentran activos 3 competidores (uno de ellos Holmes Place) que constituirían alternativas válidas para los demandantes de este tipo de servicios.

⁵⁸ La notificante se refiere a 4 competidores, si bien 1 de ellos es Basic-Fit.

que podrían ejercer suficiente presión competitiva para los usuarios de este tipo de servicios;

iii) por último, atendiendo a la isócrona de 15 minutos a pie desde el gimnasio adquirido de McFit Madrid Nuevos Ministerios, resultaría una cuota del 42,86 con adición del 14,28%. Si bien la cuota resultante es elevada, en dicha isócrona se encuentran ubicados 6 competidores⁵⁹ que constituirían alternativas válidas para los demandantes de servicios de gimnasios y pueden ejercer presión competitiva.

- (61) Por todo lo anterior, esta Dirección considera que la operación sería susceptible de ser aprobada en primera fase, al considerar que no generaría riesgos para el funcionamiento del mercado.

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

Por otra parte, teniendo en cuenta la práctica de la CNMC y lo establecido en la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03), esta Dirección de Competencia considera que, en el presente caso, el ámbito temporal de las cláusulas de no captación y de confidencialidad, en lo que excede los 2 años que establece la Comunicación, y el ámbito temporal del acuerdo sobre servicios de transición, en lo que excede los 5 años de la Comunicación, van más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada y no deberán considerarse necesarios ni accesorios, quedando por tanto sujetos a la normativa general aplicable a los pactos entre empresas.

⁵⁹ La notificante indica 8, si bien 2 de ellos son Basic-Fit.