



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N-07041 RBA/EDIPRESSE/RBA-EDIPRESSE (revistas de consumo).

Con fecha 23 de abril de 2007 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de RBA HOLDING EDITORIAL, S.A. (en adelante RBA Holding) y EDIPRESSE, S.A. (en adelante EDIPRESSE) del control conjunto de la empresa de nueva creación RBA-EDIPRESSE, S.L., a la que transferirán sus negocios de revistas de consumo en España.

Dicha notificación ha sido realizada por RBA y EDIPRESSE según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en los artículos 14.1 a) y 14.1 b). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

Asimismo, se añade: "Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal".

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, la notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **23 de mayo de 2007**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la puesta en común de parte del negocio de revistas de consumo de RBA y de EDIPRESSE mediante la creación de una empresa en participación RBA-EDIPRESSE, S.L.¹ (en adelante RBA-EDP) controlada conjuntamente por ambos grupos.

Para ello, RBA Holding, RBA Revistas, S.A. y EDIPRESSE (a través de su matriz EDIPRESSE, S.A. y de sus filiales EDIPRESSE INTERNACIONAL, S.a.r.l. y EDIPRESSE

¹ Igualmente, se crearán dos nuevas empresas, Newco de RBA y Newco de HYMSA (empresa filial de EDIPRESSE en España) que seguirán activas en la edición y venta de revistas y que no formarán parte de la presente operación.



HYMSA, S.A.) han firmado, con fecha 22 de marzo de 2007, un Acuerdo de Integración² y un Pacto de Socios en los que se establecen los términos y condiciones de actuación de RBA-EDIPRESSE, S.L. y su estructura de control³ y que entrará en vigor tras la autorización de la operación por parte de las autoridades españolas de competencia.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

De acuerdo con la cláusula 20 del Pacto de Socios firmado entre los grupos RBA y EDIPRESSE, ambos se comprometen a no realizar ningún tipo de actividad relacionada con la publicación de revistas impresas en España durante un periodo [no superior al de la propia empresa en participación], con la excepción de las actividades que llevan a cabo las empresas participadas por EDIPRESSE y de RBA excluidas de la presente operación⁴.

Igualmente, de acuerdo con la cláusula 20 del Pacto de Socios ambos grupos se comprometen, durante un periodo de [no superior a tres años] a partir de la fecha de este acuerdo, a la no captación de las personas contratadas por ambos grupos o que forme parte del negocio transmitido.

Por último, de acuerdo con la cláusulas 25 del Pacto de Socios se comprometen a un acuerdo de confidencialidad de las partes relacionada con el negocio transmitido durante el periodo [no superior al de la propia empresa en participación].

El apartado 5 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que podrán entenderse comprendidas dentro de una operación determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización.

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como 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), se considera que en el presente caso el contenido y la duración de los acuerdos de no competencia, no captación y confidencialidad no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

² No formarán parte de la presente operación las sociedades de RBA, DECOREVISTAS, S.L. y RBA REVISTAS UNIPESOAL Ltda., participadas por RBA Revistas, S.A. en un 50% y 100% respectivamente, según se recoge en el anexo 2 parte B del Acuerdo de Integración.

Igualmente, no formaran parte de la operación por parte de EDIPRESSE las sociedades de EDIPRESSE HYMSA, FOCUS EDICIONES, S.L., HYMSA UNIVERSO, S.L. y SUCESORES DE RIVADENEYRA, S.A., según se recoge en el anexo 3 parte B del mencionado Acuerdo de Integración.

³ Como consecuencia de la operación, RBA Holding y EDIPRESSE pasarán a controlar conjuntamente el negocio de revistas en España, actividad hasta ahora controlada de forma exclusiva por cada grupo. La nueva sociedad será una entidad económica independiente, participada por RBA Holding en un [...] % y el restante [...] % por EDIPRESSE. En la cláusula 7 del Pacto de Socios se establece un listado de materias estratégicas para el funcionamiento de RBA-EDIPRESSE que deberán ser adoptadas de forma conjunta entre RBA Holding y EDIPRESSE INTERNACIONAL. La Junta General de Socios necesitará el acuerdo de ambos socios para la adopción de decisiones en materia de [...]. En cuanto al Consejo de Administración, estará compuesto por [...] miembros ([...] nombrados por RBA y [...] por EDIPRESSE), tomándose las decisiones de especial relevancia para la estrategia competitiva de la nueva empresa con el voto favorable de ambos socios, en particular, el menos, de [...] de los [...] consejeros existentes.

⁴ Ver pie de página número 2.



III. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas.

La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 16/1989 para su notificación, al superarse el umbral establecido en los artículos 14.1 a) y b) de la misma.

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1. “RBA Holding Editorial, S.A.” (RBA Holding)

RBA Holding es la cabecera del Grupo RBA controlado por D. Ricardo Rodrigo Amar ([...]% del capital) y D. Jordi Martí Garcés ([...]%). La actividad de RBA Holding se centra en la tenencia de participaciones y prestación de servicios a sus sociedades participadas.

El Grupo RBA es un grupo editorial familiar de capital español que desarrolla su actividad organizada en cinco divisiones: edición y venta de revistas, coleccionables, libros, contenidos audiovisuales y promociones editoriales.

La división de revistas del Grupo RBA se centra en la edición y venta de revistas de consumo y en la venta de espacios publicitarios en las mismas, división gestionada por RBA REVISTAS, S.A. RBA cuenta con cabeceras en las siguientes categorías, según la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD): decoración, salud, gastronomía, divulgación científica y pseudocientífica, viajes, historia y arte, femeninas, satíricas, infantiles, estilo de vida y educación-enseñanza⁵.

RBA REVISTAS controla, exclusiva o conjuntamente, las empresas RBA Portugal y DECOREVISTAS, S.L (que edita en España las revistas Nuevo Estilo y mi Casa), que no se integrarán en la nueva empresa en participación RBA-EDP, además de EDICIONES EL JUEVES, S.A.⁶ que sí se integrará con sus filiales en RBA-EDP. A su vez, EDICIONES EL JUEVES⁷ participa en las siguientes empresas: Mad Televisión e Interactivos, S.A. (que a su vez participa en Estudiad Malditos, S.L.); Europe Star Publicaciones, S.A.; New Tec Ediciones, S.L.⁸; y Promociones d’Espectacle Teatre, S.L. (que participa a su vez en Club Catalá de Cultura, S.L.)⁹.

⁵ El Grupo RBA ha adquirido la revista de informática *PC Actual*, cuya compra, según las notificantes, se hará efectiva el 24 de abril de 2007. El Grupo RBA y EDIPRESE no editan revistas de informática, siendo la cuota adquirida de *PC Actual* del [0-10]% en el periodo julio 2005-junio 2006.

⁶ EDICIONES EL JUEVES comercializa igualmente tres revistas gratuitas (*Teatre Barcelona*, *Teatre Madrid* y *El Jueves Campus*), que únicamente representan el [...] de su facturación total.

⁷ RBA REVISTAS participa con un [...] y el [...] restante es propiedad de las empresas Lord Pelikan, S.L. ([...]) y Bacabadats, S.L. ([...]).

⁸ Edita una revista de informática mensual, *Windows TI Magazine*, con una difusión inferior al [0-10]% en el periodo julio 2005-junio 2006.

⁹ Ni EDICIONES EL JUEVES ni ninguna de sus participadas han realizado actividad alguna en el sector audiovisual en los últimos diez años.



La facturación del Grupo RBA en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas del GRUPO RBA (millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	[<2.500]	[<2.500]	[<2.500]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación.

IV.2. “EDIPRESSE, S.A.” (EDIPRESSE)

EDIPRESSE es una empresa suiza matriz del Grupo EDIPRESSE, que cotiza en la bolsa suiza, siendo sus principales accionistas Lamunière ([...]% del capital) y PubliGroupe, S.A. ([...]%).

El Grupo EDIPRESSE es un grupo de comunicación internacional que desarrolla su actividad en 17 países, centrándose su actividad principalmente en la edición de periódicos y revistas.

El grupo EDIPRESSE desarrolla su actividad en España a través de su filial EDIPRESSE HYMSA, S.A. (en adelante HYMSA), que centra su actividad en la edición y venta de revistas de consumo especializadas en decoración, gastronomía, viajes, femeninas, labores y patrones, familia y estilo de vida.

HYMSA controla, de forma exclusiva o conjuntamente, las siguientes sociedades: Sociedad General de Publicaciones, S.A.; Edipresse Servicios Editoriales, S.A.; Servicios de Edición México; Edipresse Publventas, S.A.; y SEMANA, S.L. (el otro [...]% pertenece a la familia Montiel) que comercializa en España revistas de consumo en las categorías: femeninas, de motor, informática¹⁰ e inmobiliaria¹¹.

La facturación de Grupo EDIPRESSE en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es la siguiente:

Volumen de ventas de GRUPO EDIPRESSE (millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	[<2.500]	[<2.500]	[<2.500]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación

¹⁰ SEMANA, S.L. edita la revista mensual de informática *Guía del Comprador de Ordenadores y Software*, con una cuota inferior al [0-10]% en el periodo julio 2005-junio 2006.

¹¹ Como ya se ha señalado con anterioridad, ni FOCUS ni HYMSA UNIVERSO se integrarán en RBA-EDP. Las cabeceras *DT Downtown*, *Citizen k*, *FHM* y *Nox* pertenecen a la sociedad FOCUS EDICIONES, S.A., participada en un [...]% por HYMSA. La cabecera *Sie7e* pertenece a HYMSA UNIVERSO, S.L., participada en un [...]% por HYMSA. De esta forma, la estructura de control sobre las empresas editoras de estas revistas no cambia con la operación. EDIPRESSE mantiene la estructura de control existente sobre tales cabeceras.



IV. 3. RBA-EDIPRESSE, S.L. (RBA-EDP)

RBA-EDP será una empresa en participación controlada conjuntamente por RBA y EDIPRESSE.

Dicha empresa en participación integrará parte del negocio de revistas de consumo de sus matrices. En particular, RBA-EDP pasará a editar las siguientes revistas:

REVISTAS DE CONSUMO QUE EDITARÁ RBA-EDIPRESSE, S.L.			
Categoría	Editadas por RBA	Editadas EDIPRESSE	Periodicidad
Decoración ¹²	<i>El Mueble; El Mueble Cocinas y Baños; El Mueble Casas de Campo; Arquitectura y Diseño; Casa al Día; y Cosas de Casa.</i>	<i>Habitania</i>	Mensual
	<i>Extras Cosas de Casa</i>	-	Semestral
	<i>Extras El Mueble Telas y Extras el Mueble Habitaciones infantiles</i>	-	Anual
Salud	<i>Cuerpo y Mente; Línea Saludable; Muy Saludable; y Mente Sana</i>	-	Mensual
	<i>Extras Cuerpo Mente</i>	-	Trimestral
Gastronomía	-	<i>Comer Cada Día; y Lecturas de Cocina Fácil</i>	Mensual
	<i>Cocina Sana y Natural; y Cosas de Cocina</i>	-	Trimestral
	-	<i>Comer y Beber; y Lecturas Especial Cocina</i>	Semestral
Divulgación científica y Pseudocientíf.	<i>Nacional Geographic Magazine</i>	-	Mensual
	<i>Extras National Geographic Magazine</i>	-	Semestral
Viajes	<i>Viajes National Geographic Magazine</i>	<i>Rutas del Mundo</i>	Mensual
Historia y Arte ¹³	<i>Historia de National Geographic</i>	-	Mensual
Femeninas	-	<i>Lecturas; Sorpresa; y Semana</i>	Semanal
	<i>Tu eres Única</i>	<i>Clara; e In Style</i>	Mensual
	-	<i>Lecturas Moda Pret a Porter; y Lecturas Moda Alta Costura</i>	Semestral

¹² Como ya se ha señalado con anterioridad, no forman parte de la presente operación la edición de las revistas que edita DECOREVISTAS, S.L., empresa participada con el [...] % por RBA REVISTAS, S.A. y el grupo editorial HACHETTE FILIPACCHI (las revistas *Nuevo Estilo* y *Mi Casa* y sus números, bimestral y trimestral, extras).

¹³ El Grupo RBA edita la revista de Historia y arte, *L'Avenç*, que no forma parte de la operación. La sociedad *L'Avenç*, S.A. está controlada por RBA LIBROS, S.A., con una participación del [...] %.

**REVISTAS DE CONSUMO QUE EDITARÁ RBA-EDIPRESSE, S.L.**

Categoría	Editadas por RBA	Editadas EDIPRESSE	Periodicidad
Satíricas	<i>El Jueves</i>	-	Semanal
Infantiles	<i>Barbie; y Amiga</i>	-	Mensual
	<i>Extras de Barbie Princesas; y Extras de Barbie</i>	-	Semestral
Estilo de Vida	<i>Integral</i>	-	Mensual
Familia	-	<i>El Mundo de tu Bebé</i>	Mensual
Idiomas	<i>Speak Up</i>	-	Mensual
Labores y Patrones	-	<i>Patrones; Ideas y Puntos; y Labores del Hogar</i>	
	-	<i>Labores del Hogar Colección; Labores del Hogar Creativas; Patrones Extra; Patrones Especial Interna; Patrones Especial Niños; Patrones Especial Joven; Patrones Especial Fiesta; Patrones Especial Tallas Grandes; Patrones Especial Disfraces; y Patrones Especial Vacaciones</i>	Semestral o anual
Motor	-	<i>Top Auto; Guía del Comprador de Coches; Guía Coches de Ocasión; y Guía del comprador de Furgonetas</i>	Mensual
Inmobiliarias	-	<i>Guía del Comprador de Casas</i>	Mensual

Fuente: Notificación

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercado de producto

El ámbito en que se enmarca la presente operación de concentración es el del sector de edición y venta de revistas de consumo y de venta de espacios publicitarios en este medio, actividad que llevará a cabo la nueva empresa RBA-EDP, que integrará parte de la actividad de las revistas de consumo que editan en la actualidad los grupos RBA y EDIPRESSE¹⁴.

Por último, las revistas editadas por RBA y EDIPRESSE no tienen en general versiones digitales, si bien algunas de ellas tienen formatos electrónicos en Internet que reproducen parte del contenido en formato papel.

¹⁴ Ambos grupos también editan algunas revistas corporativas, actividad que tiene una importancia marginal. En efecto, la edición de revistas corporativas representa en la actualidad en torno al [...] % y [...] % del total de la facturación de RBA y EDIPRESSE, respectivamente.



De acuerdo con los precedentes disponibles, las publicaciones periódicas escritas no diarias¹⁵ pertenecen a mercados que pueden delimitarse de acuerdo con diferentes criterios.

Según las autoridades de competencia europeas¹⁶, dentro de la edición de revistas pueden diferenciarse mercados en función de los criterios siguientes: contenido, estilo, presentación, periodicidad, política comercial, precios y características de los lectores. Estos criterios permitirían definir mercados separados para las revistas que abordan temas de actualidad política y general, programación de televisión, revistas femeninas, revistas económicas y financieras, publicaciones especializadas para el gran público y publicaciones profesionales especializadas.

Por su parte, las autoridades nacionales de competencia en algunos precedentes sobre el sector de la edición de revistas¹⁷ han diferenciado entre revistas técnicas, dirigidas a colectivos muy específicos en función de su contenido como médicos, empresas de construcción, etc. y revistas de consumo, con contenidos meramente divulgativos y dirigidas a colectivos de público más amplios.

Además del contenido de las mismas, los precedentes nacionales también han considerado las diferencias en difusión, precio, formas de distribución y puntos de venta como posibles criterios adicionales para delimitar mercados.

En cuanto al contenido, las revistas de consumo presentan cierto grado de sustituibilidad debido a que temas como salud, belleza, decoración, o cocina son recurrentes en un amplio abanico de publicaciones.

La OJD, por su parte, clasifica las revistas en revistas de información general y revistas especializadas según contenidos. Estas últimas, denominadas revista de consumo y dirigidas a segmentos amplios de población, se clasifican por categorías en función del contenido de las mismas (decoración, deportivas y ocio, femeninas, gastronómicas, historia y arte, infantiles, motor, satíricas,...).

Por último, las notificantes consideran que las revistas de consumo de diferentes periodicidades, contenidos y características de los lectores presentan cierto grado de sustituibilidad, tanto desde el punto de vista de la demanda como de la oferta. Consideran que podría definirse un mercado de la edición y venta de revistas de consumo en general, ya que algunas de las diferentes clasificaciones temáticas realizadas por la OJD van dirigidas a perfiles de lectores comunes o muy similares y los editores de revistas de consumo, con carácter general, ofrecen una amplia variedad y diversidad de productos en contenidos, formatos y difusión, estando en disposición de ofertar revistas de cualquier otra temática distinta.

Por otra parte, los editores de publicaciones periódicas escritas además de operar en el mercado de edición y venta, en el cual el demandante es el comprador de las publicaciones, generalmente operan en el mercado de espacios publicitarios, en el que el demandante es la

¹⁵ En las decisiones comunitarias, principalmente en los casos IV/M.423-Newspaper Publishing, IV/M.140-Recoletos/Unedisa y IV/M.3420-GIMD/Socpresse, se consideró que aún cuando las publicaciones periódicas escritas satisfacen necesidades de información, no pueden considerarse como un producto sustituible por otros medios de comunicación, como por ejemplo radio y televisión, ya que la cobertura de la información, contenido y actualidad es diferentes en unos u otros medios. Igualmente, la edición y venta de prensa escrita diaria y suplementos asociados a los mismos constituyen mercados separados de la edición y venta de publicaciones o revistas de periodicidad no diaria, ya que satisfacen necesidades diferentes de información debido a la cobertura y contenido de los temas de actualidad y tienen gamas de precios distintos.

¹⁶ Entre otras, las decisiones IV/M.1401cit., IV/M.3420 cit. y IV/M.1455 Gruner+Jahr/ Financial Times/JV.

¹⁷ Entre otros, N-06047 PLANETA/GODÓ/PRISMA.

empresa o agencia que compra espacios en las publicaciones para promover la venta de bienes o servicios. Adicionalmente, estos mismos editores suelen realizar actividades de distribución de sus publicaciones.

La Comisión Europea ha considerado en algunos precedentes¹⁸ que la edición y venta y la venta de espacios publicitarios son mercados diferenciados, si bien la venta de espacios publicitarios en medios de comunicación escritos podría constituir un único mercado de producto, sin que generalmente proceda efectuar segmentaciones en función del tipo de publicación (periódicos, revistas,...)¹⁹.

Este Servicio estima que tal cuestión puede quedar abierta en esta operación, ya que la cuota de la empresa conjunta en el mercado de venta de espacios publicitarios en medios impresos es significativamente inferior al 10%²⁰.

Por último, la distribución de revistas por parte de los grupos RBA y EDIPRESSE es realizada desde hace años por SGEL²¹, sociedad independiente perteneciente al grupo francés HACHETTE FILIPACCHI, especializada en la distribución de este tipo de productos, circunstancia que, de acuerdo con la notificante, no se verá alterada una vez se lleve a cabo la presente operación.

En conclusión, de acuerdo con lo señalado anteriormente, considerando las características de la presente operación, este Servicio analizará el mercado de la edición de revistas de consumo y los segmentos más estrechos de edición de revistas en las categorías donde se produce solapamiento horizontal entre RBA y EDIPRESSE (decoración, gastronomía, femeninas, estilo de vida y viajes). Igualmente, se analizarán las categorías en las que está presente alguna de las partes y estará activa la empresa conjunta RBA-EDIPRESSE, S.L. (científicas y pseudocientíficas, familia, salud, infantiles, labores y patrones, historia y arte, satíricas e idiomas).

V. 2. Mercado geográfico

El ámbito geográfico de los mercados de producto considerados ha sido estimado en los precedentes comunitarios y nacionales citados como de dimensión nacional, si bien en algunos casos cabría considerar un ámbito infra-nacional.

¹⁸ Decisiones IV/M.1401 y 1455, cit y decisiones IV/M. 2000 y 2415.

¹⁹ No obstante, en el caso citado IV/M.3420, la Comisión consideró que podrían considerarse definiciones alternativas de mercado de producto para la venta de espacios publicitarios en revistas en función del contenido especializado de las mismas y considerando aquellas revistas que al menos el 25% de los anunciantes son comunes.

²⁰ Los principales compradores de espacios para publicidad son las grandes centrales de medios que compran espacios en los diferentes medios y los venden a los anunciantes de acuerdo a sus necesidades. Estas agencias representan en el mercado español alrededor del 75% de la compra de espacios publicitarios (decisión IV/M.140-Recoletos/Unedisa, ya citada). En la presente operación, según las notificantes, RBA REVISTAS vende el [...] % de sus espacios publicitarios a través de centrales de compra y el [...] % restante es vendido directamente a los anunciantes, con porcentajes similares por parte de EDIPRESSE.

La inversión publicitaria que se contrató con los Grupos RBA y EDIPRESSE (incluyendo las empresas que no forman parte de la presente operación, ya citadas con anterioridad) en revistas de consumo en España fue, de acuerdo con las notificantes, del [0-10] % Grupo RBA y [0-10] % EDIPRESSE, con una cuota conjunta del [10-20] % en publicidad en revistas de consumo. La cuota conjunta en el mercado de la venta de espacios publicitarios en el año del 2006 fue del [0-10] % ([0-10] % grupo RBA y [0-10] % Grupo EDIPRESSE).

²¹ La distribución de revistas a través de suscripciones del grupo RBA es gestionada por un operador externo, la sociedad ZENDIS, S.L. Por su parte, el grupo EDIPRESSE gestiona directamente la distribución de sus revistas a través de suscripciones.



En la presente operación, todas las revistas editadas por RBA y EDIPRESSE que forman parte de la operación son en español y de difusión nacional.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Estructura de la oferta

La estructura de la oferta en el mercado español está relativamente fragmentada, existiendo una multiplicidad de empresas editoras nacionales e internacionales que ofrecen una amplia variedad de revistas de consumo en cuanto a contenidos, formatos, periodicidad y precios, tratándose de un mercado en el que la aparición y desaparición de cabeceras es relativamente frecuente.

Según la OJD, en el año 2005 se editaron un total de 285 revistas de pago en España, incrementándose en los últimos años el número de títulos nuevos, con un crecimiento de los títulos temáticos mensuales en detrimento de los semanarios y continuando el predominio de las revistas del “corazón”. Por otro lado, las suscripciones anuales no son, en general, publicaciones muy representativas.

Igualmente, el mercado de revistas de consumo es un mercado en plena evolución. En los últimos años están ganando cada vez más peso nuevas modalidades de comercialización, principalmente, sitios web especializados en las diferentes temáticas contenidas en las revistas de consumo, las revistas que acompañan de forma gratuita la compra de la mayorías de los diarios, generalmente en las ediciones de fin de semana y las revistas gratuitas al margen de diarios.

La estructura de la oferta del mercado de revistas escritas de consumo en España, según volumen de facturación, se detalla en el siguiente cuadro, en el que se identifican los principales operadores existentes en el mismo.

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE REVISTAS DE CONSUMO EN ESPAÑA POR VOLUMEN DE FACTURACIÓN						
Empresas editoras/Grupos	Jul 2003-Jun 2004		Jul 2004-Jun 2005		Jul 2005-Jun 2006	
	Mill. €	Cuota %	Mill. €	Cuota %	Mill. €	Cuota %
Grupo Edipresse	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
Grupo RBA	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%
Hachette Filipacchi	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%
Grupo Heres	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Hola	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G+J España	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Grupo Zeta	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Motorpress	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Conde Nast	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Grupo Prisa	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Otros	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[20-30]%
Total	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificación

La cuota de mercado por volumen de facturación de los Grupos RBA y EDIPRESSE, según la información de las notificantes, en la edición de venta de revistas de consumo, en el año 2005, fue del [20-30]%, con una facturación de [...] millones de euros. Tomando en consideración la cuota de mercado conjunta de RBA-EDIPRESSE por índice de difusión, según información de las notificantes, para el periodo julio 2003-junio 2006, se situaría en torno al [10-20]%

En el Anexo I se detallan las cuotas de mercado por índices de difusión, en los periodos anuales de julio 2003 a junio 2006, de las partes y de las principales empresas diferenciando por



contenidos (decoración, gastronomía, femeninas, estilo de vida y viajes) y por periodicidad de edición.

Así, la cuota de mercado en revistas de **decoración** mensuales de la RBA-EDP será del [40-50]% (RBA aporta [40-50] puntos y EDIPRESSE [0-10]). Igualmente, en este mercado RBA seguirá presente al margen de RBA-EDP con la edición de *Mi Casa* y *Nuevo Estilo* que suponen una cuota en difusión del [0-10]%²² de las revistas de decoración. De esta forma, la cuota imputable a RBA tras la operación en revistas de decoración mensuales será del [50-60]%, de la que sólo [0-10] puntos corresponden al negocio aportado por EDIPRESSE y sobre el que RBA adquirirá control conjunto.

En la edición de revistas de decoración con periodicidad superior a la mensual, únicamente opera RBA. La cuota imputable al negocio que se integrará en RBA-EDP es del [10-20]%. Igualmente, en este segmento RBA edita las publicaciones extra de *Mi Casa* y *Nuevo Estilo* que no se integran en RBA-EDP y que suponen una cuota del [10-20]% en este segmento. De esta forma, la cuota del grupo RBA antes y después de la operación será del [20-30]%, sin que exista adición alguna.

Los principales competidores en revistas de decoración son HACHETTE-FILIPACCHI ([10-20]%), GLOBUS ([0-10]%) y Grupo GODÓ ([0-10]%) en las ediciones mensuales y GLOBUS ([10-20]%) y MC EDICIONES ([10-20]%) en las ediciones semestrales o anuales.

En revistas de **gastronomía**, la cuota de RBA-EDP será del [70-80]%, íntegramente aportada por EDIPRESSE. RBA no edita revistas gastronómicas de periodicidad mensual.

En el segmento de revistas de gastronomía con periodicidad semestral o anual están presentes ambos grupos -RBA ([20-30]%) y EDIPRESSE ([10-20]%)-. De esta forma, la cuota conjunta de las Partes tras la operación será del [40-50]%

Los principales competidores son GLOBUS ([10-20]%) y MC EDICIONES ([0-10]%) en revistas gastronómicas mensuales y G+J ([40-50]%) en revistas semestrales o anuales.

En la edición de revistas **femeninas** mensuales, la cuota conjunta RBA-EDP será del [10-20]%. [0-10] puntos corresponden al negocio aportado por RBA y [10-20] al aportado por EDIPRESSE.

En las revistas de periodicidad semanal y semestral/anual, las cuotas conjuntas RBA-EDP serán del [10-20]% y [0-10]%, respectivamente, actividad en la que únicamente está presente EDIPRESSE.

Los principales competidores son HACHETTE-FILIPACCHI ([10-20]%), CONDE NAST ([10-20]%), G+J ([10-20]%) RECOLETOS ([0-10]%) y Grupo ZETA ([0-10]%) en revistas mensuales y G+J ([40-50]%). En revistas semanales, los principales competidores son HERES ([30-40]%) y HOLA ([10-20]%) y en revistas semestrales o anuales G+J ([10-20]%) y HOLA ([0-10]%).

En la edición de revistas mensuales de **estilo de vida**, la cuota conjunta RBA-EDP será del [0-10]%, íntegramente aportada por RBA. En esta categoría EDIPRESSE seguirá editando las revistas *FHM* y *DT Downtown* que no integra en la nueva empresa en participación. La cuota de tales revistas es del [40-50]% del segmento de revistas mensuales de estilo de vida. De esta

²² Como ya se ha indicado con anterioridad, estas revistas editadas por DECORAREVISTAS, S.L. quedan fuera de la presente operación.



forma, la cuota de EDIPRESSE tras la operación será del [40-50]% (de la que [0-10] puntos corresponden a lo aportado por RBA a la empresa conjunta).

Los principales competidores son en este segmento son Grupo ZETA ([10-20]%), MOTORPRESS ([0-10]%), HACHETTE FILIPACCHI ([0-10]%), CONDE NAST ([0-10]%) y los grupos ZERO PRESS, PRISA o GODO ([0-10]%).

Por último, en la edición de revistas mensuales de **viajes**, la cuota de RBA-EDP será del [30-40]% (RBA [10-20]% y EDIPRESSE [10-20]%), sin que ninguna de sus matrices edite este tipo de revistas al margen de la empresa en participación. Sus principales competidores son G+J ([10-20]%) y HACHETTE-FILIPACCHI ([10-20]%).

Igualmente, en el Anexo I, se recogen las cuotas de mercado de RBA-EDP en aquellas categorías de revistas en las que la actividad de las partes no es coincidente (científicas y pseudocientíficas, familia, salud, infantiles, labores y patrones, historia y arte, satíricas e idiomas).

Según se detalla en este cuadro, las cuotas de RBA-EDP en estas categorías de revistas de consumo mensuales para el periodo julio 2005-junio 2006 son: [20-30]% en revistas científicas y pseudocientíficas; [20-30]% en familia, [40-50]% en salud, [20-30]% en infantiles, [50-60]% en labores y patrones, [30-40]% en historia y arte, [20-30]% en idiomas y [90-100]% en satíricas semanales. En ninguno de estos segmentos se produce adición de cuotas como consecuencia de la operación.

Los principales competidores para cada una de estas categorías son: PRENSA CIENTÍFICA ([70-80]%) en ediciones científica y pseudocientífica; SFERA EDITORES ([30-40]%) en familia; GLOBUS ([10-20]%) en salud; DYSNEY ([50-60]%) en infantiles; EDITORIAL AURUM ([10-20]%) en labores y patrones; UNIDAD EDITORIAL ([10-20]%) en historia y arte; y HOT ENGLISH PUBLISHING, DISTRIBUIDORA DE LANZAMIENTOS o EDICIONES MEJORA, con cuotas cada una de ellas superiores al [10-20]%. En cuanto a la categoría satírica, la editorial PLANETA D'AGOSTINI ha lanzado a finales del año 2006 la revista quincenal *MAD*.

VI.2.- Estructura de la demanda, precios y distribución

El lector medio de las revistas de consumo es, generalmente, de mediana edad, principalmente mujeres de clase media o media-alta, con un grado de formación elemental-medio y residencia en núcleos de población con más de 50.000 habitantes. No obstante, este perfil genérico varía de forma significativa en el caso de publicaciones con contenidos más especializados, infantiles por ejemplo.

El precio de venta al público de las revistas es establecido por el editor de la publicación y figura en la cabecera de los ejemplares. Este precio oscila en función del número de páginas, calidad del papel, edición y difusión. Igualmente, influyen en el precio de venta al público los costes de distribución y la existencia de promociones.

Al igual que ocurre con la prensa diaria, es cada vez más habitual que las revistas de consumo incluyan un suplemento para facilitar su venta.

Según las notificantes, los precios de las revistas editadas por ambos grupos, RBA y EDIPRESSE, son similares a los precios de sus competidores más significativos en cada una de las categorías consideradas.

Generalmente, todas las publicaciones tienen precios de suscripción anual sensiblemente inferiores al precio de venta directa, en atención al ahorro de costes que supone esta modalidad.



No obstante, con la excepción de revistas más especializadas, como por ejemplo las editadas por el Grupo RBA con la marca National Geographic (*Nacional Geographic*, *Historia Nacional Geographic* y *Viajes National Geographic*), el número de ejemplares vendidos por suscripción es muy poco significativo.

El sistema de distribución de publicaciones periódicas escritas engloba todas aquellas actividades que permiten que los distintos productos publicados por las empresas editoras lleguen al consumidor final. Este sistema se articula en torno a cuatro tipos de agentes económicos: empresas editoras, distribuidores nacionales, distribuidores locales y puntos de venta. En España, el mercado de la distribución de medios de comunicación escritos se caracteriza por la existencia de distintos distribuidores especializados por rutas y áreas geográficas cubiertas, dado que el coste de transporte por ejemplar decrece considerablemente al incrementarse el número de ejemplares transportados.

Los principales distribuidores que operan en el mercado español son: SGEL (perteneciente al grupo francés HACHETTE-FILIPACCHI); LOGISTA (participada por Grupo PLANETA y Grupo ALTADIS); COEDIS (participada por Grupo AXEL SPRINGER); y DISPESA (participada por el Grupo ZETA).

En la distribución de revistas, las empresas editoras mantienen en muchos casos las actividades de impresión y publicación y generalmente contratan el sistema de distribución con distribuidoras independientes, especializadas por rutas y áreas geográficas²³.

En la presente operación, la distribución de revistas por parte de los grupos RBA y EDIPRESSE es realizada desde hace años por SGEL, especializada en la distribución de este tipo de productos, circunstancia que, de acuerdo con la notificante, no se verá alterada una vez se lleve a cabo la presente operación.

En cuanto a la distribución de revistas a través de suscripciones, el grupo RBA gestiona esta actividad a través de un operador externo, la sociedad ZENDIS, S.L. ([...] % del total de publicaciones distribuidas), mientras que el grupo EDIPRESSE realiza la distribución de suscripciones directamente ([...] % del total distribuido).

VI.3.- Competencia potencial - barreras a la entrada

Según las notificantes, no existen barreras significativas de entrada al mercado de la edición y venta de revistas, con la excepción del coste económico derivado de la inversión en publicidad para el lanzamiento y consolidación en el mercado de nuevos títulos.

En este sentido, el TDC en su informe sobre la operación de concentración CORREO/PRENSA ESPAÑOLA, señala que una barrera apreciable para el acceso al mercado de prensa diaria viene dada por el coste económico de implantación. Este hecho puede, en cierta forma, extrapolarse a la implantación en el mercado de todo tipo de revistas aunque variará en función de las características de la publicación.

Por otra parte, en los últimos años se está produciendo la edición de revistas gratuitas, con contenidos similares a las de difusión de pago, al igual que la creación de páginas web, con contenidos igualmente similares y de acceso gratuito. Además, algunos periódicos, generalmente

²³ En general, las empresas editoriales fijan las cuotas de distribución de cada "tirada" entre las distribuidoras nacionales que, a su vez, suministran a los distribuidores locales sus respectivas cuotas en función del número de ejemplares editados y las características del producto. Los distribuidores locales, a su vez, determinan y suministran las cuotas correspondientes a cada punto de venta de la zona geográfica que tienen contratada.



en sus ediciones de fin de semana, editan conjuntamente con el diario revistas con contenidos diversos como salud, gastronomía, viajes, etc.

Por último, en los años 2004 a 2006 se ha producido el lanzamiento de revistas de consumo de difusión de pago que, según estimaciones de las partes, se cifran en más de 100 nuevas revistas.

Así, a modo de ejemplo, en los dos últimos años se han lanzado, entre otras, al menos seis revistas de decoración mensual (*20 Casas-GLOBUS COMUNICACIÓN, Especial Estilo Clásico 2ª Residencia-MC EDICIONES, S.A., Casa Joven-GRUPO REVISTAVISIÓN, AD Arquitectura Digest-EDICIONES CONDE NAST, Cocinas y Baños-MC Ediciones y Living Deco-PRISMA PUBLICACIONES 2002*); la revista *Mía y Yo* de gastronomía mensual por G+J; *Best Life*, revista mensual de estilo de vida por parte de MOTORPRESS; y las revistas de viaje mensuales *Mucho Viaje*, de Grupo REVISTAVISIÓN e *Islas*, de Publicaciones Alta Gama.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la puesta en común de la mayor parte del negocio de revistas de consumo de RBA y de EDIPRESSE mediante la creación de una empresa en participación RBA-EDIPRESSE, S.L. (en adelante, RBA-EDP) controlada conjuntamente por ambos grupos.

Como consecuencia de la operación, se incrementa la presencia de los grupos RBA y EDIPRESSE en el mercado de edición y venta de revistas y, asimismo se amplía su cartera de productos. En todo caso, existen otros competidores que también ofrecen revistas de consumo con una amplia variedad en contenidos, formatos, periodicidad y precios. Por otra parte, la compra de una revista parece más asociada a la cabecera que al grupo editor.

En el conjunto de edición de revistas de consumo, la cuota de RBA-y EDIPRESSE por volumen de facturación será inferior [20-30]%, frente al [10-20]% de EDIPRESSE y al [10-20]% de RBA en la actualidad. De esta forma, RBA-EDP Y sus matrices pasarán a situarse como el principal operador en el mercado español, seguidos de HACHETTE-FILIPACCHI ([0-10]%), Grupo HERES ([0-10]%), HOLA ([0-10]%), y G+J España y GRUPO ZETA, cada uno con el [0-10]%.

Considerando las cuotas de mercado según índices de difusión, la cuota de RBA y de EDIPRESSE tras la operación no superará el [20-30]% (EDIPRESSE [10-20] puntos y RBA [0-10]), siendo los principales competidores HACHETTE-FILIPACCHI ([10-20]%), Grupo HERES ([10-20]%), HOLA ([0-10]%), G+J España ([0-10]%), y GRUPO ZETA ([0-10]).

RBA-EDP estará presente en trece categorías de revistas de consumo. En cinco de ellas (decoración, gastronomía, femeninas, estilo de vida y viajes) sus dos matrices operaban simultáneamente, de forma que la operación resulta en adición de cuotas. En las ocho categorías restantes (revistas científicas y pseudocientíficas, salud, infantiles, historia y arte, satíricas e idiomas estaba presente RBA y en familia y labores y patrones, EDIPRESSE) operan una u otra matriz y, por tanto, no hay solapamiento.

En particular, las cuotas en España de RBA-EDP para revistas de difusión mensual serán las siguientes: decoración, [40-50]%, de la que RBA aporta [40-50] puntos y EDIPRESSE [0-10] (en esta categoría, considerando las revistas que no se aportan a la nueva entidad, la cuota total resultante del Grupo RBA sería del [50-60]%, si bien la adición de cuotas resultante de la operación sería de sólo [0-10] puntos); gastronomía, [70-80]%, aportada únicamente por EDIPRESSE; femeninas, [10-20]% ([0-10] puntos aportados por RBA y [10-20] por EDIPRESSE);



estilo de vida, [0-10]%, íntegramente aportada por RBA (No obstante, dado que EDIPRESSE seguirá editando algunas revistas al margen de la empresa conjunta, su cuota tras la operación será del [40-50]% de la que sólo [0-10] puntos corresponden a RBA-EDP); y viajes, [30-40]% (RBA [10-20] puntos y EDIPRESSE [10-20]).

En estas mismas categorías, para periodicidad no mensual, las cuotas de RBA-EDIPRESSE serán las siguientes: decoración, [10-20]%, gastronomía, [40-50]% ([20-30] puntos aportado por RBA y [10-20] por EDIPRESSE); y femeninas, [10-20]% en periodicidad semanal y [0-10]% en periodicidad semestral/anual.

En otras categorías en las que opera únicamente una de las partes, las cuotas que adquiere RBA-EDIPRESSE son las siguientes: revistas científicas y pseudocientíficas, [20-30]%; salud, [30-40]%; infantiles, [20-30]%; historia y arte, [30-40]%; satíricas, [90-100]%; idiomas, [20-30]%; familia, [20-30]%; y labores y patronos [50-60]%

En todas estas categorías existen importantes grupos nacionales e internacionales, algunos de los cuales operan en prácticamente todas ellas como, por ejemplo, HACHETTE-FILIPACCHI y G+J.

Las posibles barreras a la entrada en el mercado de edición de revistas de consumo están esencialmente ligadas a los costes de implantación, en un mercado relativamente fragmentado, en el que existe una multiplicidad de editoriales nacionales e internacionales. Por último, en buena parte de los segmentos considerados se produce con relativa frecuencia la entrada y cierre de revistas.

Por otra parte, en los últimos años han irrumpido nuevas modalidades de comercialización, principalmente sitios web especializados en contenidos similares y revistas que acompañan la edición de fin de semana de diarios de difusión nacional.

Teniendo en cuenta las consideraciones expuestas, no cabe esperar que la operación suponga una amenaza para la competencia efectiva en los mercados considerados.

VII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del apartado 1 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por lo que la operación de concentración notificada quedaría tácitamente autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.



Anexo I

MERCADO ESPAÑOL DE DIFUSIÓN DE REVISTAS MENSUALES DE DECORACIÓN						
Empresas/Revistas	Jul. 2003- jun. 2004		Jul. 2004-jun. 2005		Jul. 2005-jun. 2006	
	000'Ej emp.	%	000'Ej emp.	%	000'Ej emp.	%
RBA/Cosas de Casa	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
RBA/El Mueble	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
RBA/El M.Casas de Campo	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA El M.Cocinas y Baños	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA/Casa al Día	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA/Arquitectura&diseño	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
EDIPRESSE/Habitania	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA-EDIPRESSE, S.L.	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%
RBA/Mi Casa*	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA/Nuevo Estilo*	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA/RBA-EDIPRESSE, S.L.	[...]	[50-60]%	[...]	[50-60]%	[...]	[50-60]%
HACHETTE/Casa Diez	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
G. GODO/Interiores	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Ed. JARDÍN/Casa y Jardín	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
GLOBUS/Casa&Campo	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
MC Ediciones/Casa Viva	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
GLOBUS/Bricocaje&Decoración	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
GLOBUS/Mi Jardín	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
GLOBUS/Diseño Interior	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G. GODO/Cocinas&Baños Int.	-	-	-	-	[...]	[0-10]%
MC Ediciones/Cocinas&Baños	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Alta Gama/Vivir el Campo	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G. GODÓ/Living Deco	-	-	-	-	[...]	[0-10]%
CONDE NAST/ad. Arqut. Dig.	-	-	-	-	[...]	[0-10]%
GLOBUS/Mi Jardín&Plantas C.	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	-
G. REVIS. VISIÓN/Bricomanía	[...]	[0-10]%	-	-	-	-
Otras	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%
Total difusión	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%



MERCADO ESPAÑOL DE DIFUSIÓN DE REVISTAS DE DECORACIÓN DE PERIODICIDAD SEMESTRAL O ANUAL						
Empresas/Revistas	Jul. 2003- jun. 2004		Jul. 2004-jun. 2005		Jul. 2005-jun. 2006	
	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%
RBA/Ex.El Mueble Hab. Inf.	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA/Ex. Cosas de Casa	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%
RBA/Ex.El Mueble Telas	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	-	-
RBA/El Mueble-Casas Campo	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	-	-
RBA-EDIPRESSE, S.L.	[...]	[40-50]%	[...]	[30-40]%	[...]	[10-20]%
RBA/Extra Mi Casa*	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA/Extra Nuevo Estilo*	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA/RBA-EDIPRESSE, S.L.	[...]	[60-70]%	[...]	[50-60]%	[...]	[20-30]%
GLOBUS/20 Casas	-	-	-	-	[...]	[10-20]%
MC Edic./Casa viva Coc. Baños	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%
MC Edic./Proyecto Contract	-	-	-	-	[...]	[0-10]%
Otras	[...]	[20-30]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%
Total difusión	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificación a partir de datos de la OJD. *Editadas por DECOREVISTAS, S.L.



MERCADO ESPAÑOL DE DIFUSIÓN DE REVISTAS MENSUALES DE GASTRONOMÍA						
Empresas/Revistas	Jul. 2003- jun. 2004		Jul. 2004-jun. 2005		Jul. 2005-jun. 2006	
	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%
EDIPRESSE/Lecturas Cocina Fácil	[...]	[30-40]%	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%
EDIPRESSE/Comer Cada día	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
RBA-EDIPRESSE, S.L.	[...]	[60-70]%	[...]	[60-70]%	[...]	[70-80]%
GLOBUS/Cocina Ligera	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
Ed. 62 Descubrir Cuina	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Otras	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Total difusión	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%
MERCADO ESPAÑOL DE DIFUSIÓN DE REVISTAS DE GASTRONOMIA DE PERIODICIDAD SEMESTRAL O ANUAL						
Empresas/Revistas	Jul. 2003- jun. 2004		Jul. 2004-jun. 2005		Jul. 2005-jun. 2006	
	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%
EDIPRESSE/Lecturas Especial Cocina	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
RBA/Cosas Cocina	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
EDIPRESSE/Comer y Beber	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA/Cocina Sana y Natura	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA-EDIPRESSE, S.L.	[...]	[50-60]%	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%
G+J/Mía Especial Cocina	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
G+J/Mía Esp. Yo Cocino	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
HOLA/Hola Cocina	-	-	-	-	[...]	[0-10]%
Otras	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
Total difusión	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificación a partir de datos de la OJD



MERCADO ESPAÑOL DE DIFUSIÓN DE REVISTAS MENSUALES FEMENINAS						
Empresas/Revistas	Jul. 2003- jun. 2004		Jul. 2004-jun. 2005		Jul. 2005-jun. 2006	
	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%
EDIPRESSE/Clara	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
EDIPRESSE/In Style	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
EDIPRESSE/Mujer 21	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	-	-
RBA/Tu eres única	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA-EDIPRESSE, S.L.	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
CONDE NAST/Glamour	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
G+J/Cosmopolitan	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%
HACHETTE/Elle	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RECOLETOS/Telva	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
HACHETTE/Ana Rosa	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G+J/Marie Claire	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
CONDE NAST/Vogue	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
BAUER/Loka Magazine	-	-	-	-	[...]	[0-10]%
G. ZETA/Woman	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
HACHETTE/Ragazza	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G. ZETA/You	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
HOLA/Chic	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Otras	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Total difusión	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%
MERCADO ESPAÑOL DE DIFUSIÓN DE REVISTAS FEMENINAS DE PERIODICIDAD SEMANAL						
Empresas/Revistas	Jul. 2003- jun. 2004		Jul. 2004-jun. 2005		Jul. 2005-jun. 2006	
	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%
EDIPRESSE/Lecturas	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
EDIPRESSE/Semana	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
EDIPRESSE/Sorpresa	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA-EDIPRESSE, S.L.	[...]	[10-20]%	[...]	[20-30]%	[...]	[10-20]%
HERES/Pronto	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%
HOLA/Hola	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
HACHETTE/DiezMinutos	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
HACHETTE/Qué meDices	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G+J/Mía	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G+J/Gala	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
HERES/Nuevo vale	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G. ZETA/Cuore	-	-	-	-	[...]	[0-10]%
Total difusión	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificación a partir de datos de la OJD;



MERCADO ESPAÑOL DE DIFUSIÓN DE REVISTAS FEMENINAS RESTO DE PERIODICIDAD						
Empresas/Revistas	Jul. 2003- jun. 2004		Jul. 2004-jun. 2005		Jul. 2005-jun. 2006	
	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%
EDIPRESSE/ <i>Lecturas E. Alta Costura</i>	[...]	[0-10]%	-	-	-	-
EDIPRESSE/ <i>Lecturas E. Pret a Porter</i>	[...]	[0-10]%	-	-	-	-
RBA-EDIPRESSE, S.L.	[...]	[0-10]%	-	-	-	-
RBA/ <i>Citizen K*</i>	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA/ RBA-EDIPRESSE, S.L.	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
HOLA/ <i>Hola Modas</i>	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G+J/ <i>Mía Esp. Belleza</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G+J/ <i>Mía Esp. Horóscopo</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G+J/ <i>Mía Esp. Astrología</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G+J/ <i>Mía Esp. Trucos</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G+J/ <i>Mía Esp. Dietas</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G+J/ <i>Mía Esp. Peinados</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Otras	[...]	[80-90]%	[...]	[70-80]%	[...]	[60-70]%
Total difusión	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificación a partir de datos de la OJD; *Editada por Focus Ediciones, S.A.

MERCADO ESPAÑOL DE DIFUSIÓN DE REVISTAS MENSUALES DE ESTILO DE VIDA						
Empresas/Revistas	Jun. 2003- jun. 2004		Jun. 2004-jun. 2005		Jun. 2005-jun. 2006	
	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%
RBA/ <i>Integral</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA-EDIPRESSE, S.L.	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
EDIPRESSE/ <i>FHM*</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[20-30]%	[...]	31%
EDIPRESSE/ <i>Dt Downtown*</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
EDIPRESSE/RBA-EDIPRESSE, S.L.	[...]	[30-40]%	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%
MOTORPRESS/ <i>Men's Health</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
HACHETTE/ <i>Maxim</i>	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%
G. ZETA/ <i>Man</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
CONDE NAST/ <i>Gq</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G. ZETA/ <i>Primera Linea</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
ZERO PRESS/ <i>Zero</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G. PRISA/ <i>Gentleman</i>	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
G. GODÓ/ <i>Play Boy</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
La Cañamería Global/ <i>Cañamo</i>	[...]	[0-10]%	-	-	-	-
Total difusión	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificación a partir de datos de la OJD. * Editadas por Focus Ediciones, S.A..



MERCADO ESPAÑOL DE DIFUSIÓN DE REVISTAS MENSUALES DE VIAJES

Empresas/Revistas	Jun. 2003- jun. 2004		Jun. 2004-jun. 2005		Jun. 2005-jun. 2006	
	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%
RBA/ <i>Viajes Nat. Geographic</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
EDIPRESSE/ <i>Rutas del Mundo</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA-EDIPRESSE,S.L.	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
G+J/ <i>Geo</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
HACHETTE/ <i>De Viajes</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
G. REVISTA VISION/ <i>Mucho Viaje</i>	-	-	-	-	[...]	[0-10]%
Ed. 62/ <i>Descubrir Cataluña</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Fund. FE/ <i>Vía Libre</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
América Ib./ <i>Turismo Rural</i>	[...]	[0-10]%	-	-	-	-
Otras	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%
Total difusión	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Notificación a partir de datos de la OJD

REVISTAS EDITADAS EN ESPAÑA POR RBA-EDIPRESSE, S.L. EN LAS CATEGORÍAS: CIENTIFICO Y PSEUDOCIENTIFICO, FAMILIA, SALUD, INFANTILES, LABORES y PATRONES, HISTORIA y ARTE, e IDIOMAS

Revistas	Jul. 2003- jun. 2004		Jul. 2004-jun. 2005		Jul. 2005-jun. 2006	
	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%
RBA - CIENTIFICA y PSEUDOCIENTIFICA						
<i>National Geographic Magazine</i>	[...]	[20-30]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%
<i>Extras National Geographic</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[20-30]%
EDIPRESSE - FAMILIA						
<i>El Mundo de Tu Bebé</i> (mensual)	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
RBA - SALUD*						
<i>Muy saludable</i>	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[20-30]%
<i>Mente Sana</i>	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%
<i>Cuerpo Mente</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%
<i>Línea Saludable</i>	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
<i>Vivir Feliz</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	-	-
<i>Extra Cuerpo y Mente</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%
RBA - INFANTILES						
<i>Extras Barbie</i>	[...]	[40-50]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
<i>Extra Bar. Princesas</i>	-	-	-	-	[...]	[0-10]%
EDIPRESSE - LABORES y PATRONES**						
<i>Labores del Hogar</i>	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%
<i>Patrones</i>	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[10-20]%
<i>Ideas y Puntos</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
<i>Patrones Extra</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
<i>Patrones Esp.Interna</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%
<i>Labores Disney</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%
<i>Patrones Esp. Niños</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
<i>Patrones Esp. Joven</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
<i>Labores del Hogar Colección</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%



REVISTAS EDITADAS EN ESPAÑA POR RBA-EDIPRESSE, S.L. EN LAS CATEGORÍAS: CINTIFICO Y PSEUDOCIENTIFICO, FAMILIA, SALUD, INFANTILES, LABORES y PATRONES, HISTORIA y ARTE, e IDIOMAS						
Revistas	Jul. 2003- jun. 2004		Jul. 2004-jun. 2005		Jul. 2005-jun. 2006	
	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%	000'Ejemp.	%
<i>Labores del Hogar Creativa</i>	-	-	-	-	[...]	[0-10]%
<i>Patrones Esp. Fiesta</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
<i>Patrones Esp. Tallas Grandes</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
<i>Disney Punto d Cruz</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
<i>Patrones E.Disfraces</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
<i>Patrones E. Vacaciones</i>	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
RBA - HISTORIA y ARTE						
<i>Historia National Geographic***</i>	[...]	[10-20]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%
RBA - SATÍRICAS						
<i>El Jueves</i>	[...]	[90-100]%	[...]	[90-100]%	[...]	[90-100]%
RBA - IDIOMAS						
<i>Speak Up</i>	[...]	[40-50]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%

Fuente: Notificación a partir de datos de la OJD. *Periodicidad mensual, con la excepción de *Extra Cuerpo y Mente*. **Únicamente de periodicidad mensual: *Labores del Hogar*, *Patrones* e *Ideas y Puntos*.***El Grupo RBA edita la revista *L'Avenç*, que no forma parte de la presente operación, de historia y arte, con cuotas del [0-10] en los periodos julio 2003 a junio 2005 e inferior al [0-10] en el periodo julio 2005 a junio 2006.