



INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

N- 05004 GODÓ/PLANETA/CCC

Con fecha 17 de enero de 2005 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición del control conjunto sobre CORPORACIÓN CATALANA DE COMUNICACIÓN S.L., empresa creada para la adquisición de la cabecera del diario AVUI, por GRUPO GODÓ DE COMUNICACIÓN S.A. (en adelante GODÓ) y PLANETA 2010 S.L.U. (en adelante PLANETA 2010).

Dicha notificación ha sido realizada por GODÓ y PLANETA 2010 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 el artículo 14.1b). 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".

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **17 de febrero de 2005**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición del control conjunto sobre CORPORACIÓN CATALANA DE COMUNICACIÓN S.L. (en adelante CCC), por los grupos GODÓ y PLANETA. CCC se constituyó con el fin de adquirir la cabecera del diario AVUI, cuya editora se encontraba en liquidación por quiebra¹.

¹ Con fecha 25 de octubre de 2004, tuvo entrada en este SDC consulta previa efectuada por PLANETA CORPORACIÓN, S.R.L., complementada con información necesaria el 21 de diciembre de 2004, en la que se plantea si la creación de CCC para la adquisición del diario AVUI en liquidación por quiebra constituía una concentración económica notificable en el

La estructura de control de CCC que entrará en vigor tras la autorización de las Autoridades de Competencia se recoge en un borrador de Pacto de Socios y Acuerdo de Inversión suscrito entre PLANETA y GODO, en suspenso hasta la autorización de la operación por parte de las Autoridades Nacionales de la competencia.

Con fecha 29 de diciembre de 2004, CCC resultó adjudicataria, mediante escritura pública, de la cabecera del diario AVUI que venía siendo editado por PREMSA CATALANA, S.A., en estado de quiebra. La adjudicación supuso la culminación del concurso público lanzado por la Comisión Liquidadora formada por la Agencia Estatal de la Administración Tributaria, la Tesorería General de la Seguridad Social y el Institut Català de Finances.

La adjudicación de dicha cabecera comporta, además de la transmisión de la propia marca AVUI, ciertos activos que aseguran la continuidad de la edición del periódico así como la subrogación en los contratos de trabajo de sus empleados. CCC, por su parte, garantiza la continuidad de la edición del diario AVUI durante el plazo de 4 años.

El mismo 29 de diciembre de 2004, fecha de la adjudicación, se formalizó un Pacto entre los tres socios² que, entre otras previsiones, dota a CCC de recursos financieros suficientes, y, de acuerdo con la notificante, suspende “todos los acuerdos que pueden determinar la existencia de control conjunto a la espera de que no exista oposición por parte de las Autoridades de Competencia”. De esta forma, no existe acuerdo en vigor entre GODÓ y PLANETA para articular el control conjunto. Como señalan las notificantes, si bien la inversión era inaplazable en atención al estado en que se encontraba la sociedad quebrada, no se ha producido la renovación del órgano de administración ni están vigentes las mayorías cualificadas necesarias para la adopción conjunta de determinados acuerdos en sede de Junta y Consejo.

II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

sentido del artículo 14 de la Ley de Defensa de la Competencia. Como resultado de dicha consulta se plantea la presente operación.

² El 29 de diciembre de 2004 los socios acordaron las aportaciones de capital y reintegro de pérdidas que se produzcan en CCC hasta el 31 de diciembre de 2008 y la correlativa obligación de permanencia de los socios en el capital de la sociedad hasta el 31 de diciembre de 2009. Igualmente los socios pactaron que el cambio de objeto o la realización de una actividad distinta a la edición del diario AVUI requiere la conformidad de ICFH y que CCC estará gobernada por un Consejo de Administración que nombrará un Consejero Delegado en la persona que designe PLANETA, previsiones que quedan en suspenso hasta la autorización de la operación por parte de las Autoridades de Competencia. Los socios también definieron el régimen de transmisión de las participaciones sociales una vez cumplido el plazo de obligada permanencia.

El acuerdo firmado entre PLANETA y GODÓ contempla, en el punto 4.3.1. de la cláusula séptima, un pacto de no competencia por el que ambos se comprometen [...]³.

GODÓ y PLANETA se comprometen, en el punto 4.3.3. de la cláusula séptima del Acuerdo, a no [...].

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 relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración, se considera que en el presente caso el contenido y la duración de los pactos de no competencia y no captación contenidos en el Acuerdo de Inversión no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada y no es preciso acudir para su autorización al procedimiento regulado en los artículos 4 y 38 de la Ley 16/1989, considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

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

De acuerdo con la notificación, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004, del Consejo, sobre el control de las concentraciones entre empresas, puesto que no se alcanzan los umbrales previstos en los apartados 2 y 3 de su artículo 1. Por tanto, la concentración carece de dimensión comunitaria.

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

IV. EMPRESAS PARTÍCIPES

IV.1. “GRUPO GODÓ DE COMUNICACIONES, S.A.” (GODÓ)

La primera adquiriente es la sociedad matriz del grupo multimedia de capital español controlado por la familia GODÓ.

El grupo GODÓ opera principalmente en el campo de la prensa diaria, revistas periódicas, ediciones digitales, portales de internet, radio, televisión, producción de programas y anuncios y actividades de distribución. Es el primer

³ [...].

holding de comunicación de Cataluña y uno de los grupos de referencia en España.

Las empresas controladas directa o indirectamente por el Grupo GODO, así como su actividad principal se recogen en el siguiente cuadro:

EMPRESAS DEL GRUPO	ACTIVIDAD	% PARTICIPACIÓN
La Vanguardia Ediciones, S.L.	Prensa	100%
El Mundo Deportivo, S.A.	Prensa	90%
Mundo Revistas, S.L.	Publicaciones	100%
Summa Servicios 21, S.L.	Servicios distribución	100%
Inversiones GODÓ, S.A.*	Patrimonial	51,05%
Iniciativas Digital Media, S.A.	Gestión digital	100%
Catalunya Comunicació, S.L.	Radio y audiovisual	93%
GDA PRO, S.L.	Promoción	100%
Publipress Media, S.A.	Publicidad	100%
Servijob Desarrollo Profesional, S.A.	Internet	100%
Tisa Cable, S.L.	Patrimonial	100%
Seu D 477, S.L.	Patrimonial	64,77%

Fuente: Notificación

* El grupo GODÓ controla ANTENA 3 de RADIO a través de esta sociedad.

LA VANGUARDIA EDICIONES, S.L. además de la edición del diario *La Vanguardia* tiene una edición digital del mismo (www.lavanguardia.es), a la que puede accederse previa suscripción.

A su vez, MUNDO REVISTAS, S.L. y SUMMA SERVICIOS 21, S.L. forman dos subgrupos para las actividades de publicaciones y servicios de distribución, relacionadas con la presente operación:

- Dentro del subgrupo de publicaciones, LV MAGAZINE, S.L. edita el suplemento semanal *Magazine*, comercializado con *La Vanguardia* y otros diarios de terceros, entre ellos *La Razón*, periódico editado por el Grupo PLANETA. LV MAGAZINE está participada al 50% por Grupo GODÓ y EDITORIAL PRENSA IBÉRICA, S.A.
- En el subgrupo de distribución de las publicaciones, MARINA PRESS, S.A. distribuye la prensa diaria escrita del Grupo GODÓ y desde hace años también el diario AVUI.

El grupo realiza las actividades relacionadas con la venta de espacios publicitarios en medios a través de su filial PUBLIPRESS MEDIA. S.A.

Conjuntamente con la edición de los periódicos, se suelen ofrecer distintas promociones, generalmente libros, CD's y DVD's, de diferentes precios y adquisición de carácter opcional.

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

VOLUMEN DE VENTAS DEL GRUPO GODÓ (MILLONES EUROS)			
	2001	2002	2003
Mundial	236	238	254
Unión Europea	236	238	254
España	235	236	252

Fuente: Notificación

IV.2 “PLANETA 2010, S.L.U.” (PLANETA 2010)

PLANETA 2010 es una sociedad íntegramente participada por PLANETA CORPORACIÓN, S.R.L., matriz del Grupo PLANETA, controlada por la familia LARA.

Las principales actividades de PLANETA 2010 son la edición y comercialización de productos literarios en cualquier formato.

Las actividades del Grupo PLANETA, uno de los grupos editoriales españoles más importantes, son la publicación, distribución y venta de toda clase de obras literarias, artísticas o científicas en cualquier medio o soporte, clasificadas en siete áreas de negocio: editoriales, venta directa y distribución, profesional y formación, internet, audiovisual y medios de comunicación.

Destacar que el Grupo PLANETA, a través de su filial KORT GEDING, S.A., ejerce el control de ANTENA 3 DE TELEVISIÓN, S.A.⁴.

Dentro de los mercados relacionados con la presente operación, el Grupo PLANETA, a través de AUDIOVISUAL ESPAÑOLA 2000, S.A., edita el diario *La Razón*, que cuenta también con una edición digital (www.larazon.es) de acceso gratuito. Además de la venta conjunta con el periódico *La Razón* del semanario *Magazine*, editado por el Grupo GODÓ, PLANETA comercializa otros suplementos de menor importancia.

Con el diario *La Razón* también se ofrecen distintas promociones, con precios diferentes y compra opcional con la adquisición del diario. Igualmente, *La Razón* cede espacios publicitarios, actividad que realiza directamente el editor.

⁴ Expediente de concentración N-03023 PLANETA/A3TV.

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

VOLUMEN DE VENTAS DEL GRUPO PLANETA (MILLONES EUROS)			
	2001	2002	2003
Mundial	685	678	914
Unión Europea	489	503	793
España	476	491	782

Fuente: Notificación

IV.3 “CORPORACIÓ CATALANA DE COMUNICACIÓ S.L.” (CCC)

Se trata de una sociedad inactiva desde su constitución y hasta el 29 de diciembre de 2004, fecha en la que adquiere la cabecera del diario *AVUI*, subrogándose en todos los contratos de trabajo hasta entonces vigentes con la transmitente, la sociedad PREMSA CATALANA, S.A., EMPRESA PERIODÍSTICA, en situación de quiebra, todo ello de conformidad con el convenio de acreedores homologado judicialmente por auto de 10 de noviembre de 2002.

El 29 de diciembre de 2004, según compromisos adquiridos por CCC y sus socios, INSTITUT CATALÀ DE FINANCES HOLDINGS, S.A.U.⁵ (ICFH), GODÓ y PLANETA, con la Comisión Liquidadora, se incrementó el capital de la sociedad hasta 10 millones de euros. Después de este incremento, el capital social de CCC se distribuye entre PLANETA (40%), GODÓ (40%), y el ICFH (20%)

La única actividad que desarrollará CCC será la edición del diario de información general editado en catalán *AVUI* y el suplemento semanal *AVUI Diumenga*, difundidos casi con exclusividad en la Comunidad Autónoma de Cataluña. El *AVUI* tiene una versión digital (www.avui.com) de acceso gratuito. También facilita con el diario una revista musical denominada *Rock&Clasic*. CCC realizará directamente la actividad de cesión de espacios publicitarios en sus publicaciones.

⁵ El ICFH está íntegramente participado por el INSTITUTO CATALÀ DE FINANCES, que tiene por objeto la tenencia, compraventa y gestión de participaciones financieras y patrimoniales que pertenecen a la Administración de la Generalitat de Catalunya.

La estructura de control de CCC se recoge en un borrador de Pacto de Socios y Acuerdo de Inversión suscrito entre PLANETA y GODO, pendiente de formalización, que recoge los puntos siguientes:

[...]

V. MERCADOS RELEVANTES

V.1. Mercados de producto

El sector económico en el que se enmarca la operación de concentración analizada es de los medios de información escrita y, en particular, los de actividades de edición y venta de prensa diaria y suplementos semanales y de venta de espacios publicitarios en estos medios.

En efecto, los editores de prensa y suplementos semanales operan en dos grandes mercados: el mercado de edición y venta, en el cual el demandante es el comprador de periódicos, y el mercado de espacios publicitarios, en el que el demandante es la 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 prensa y suplementos semanales y lanzar ediciones digitales de sus periódicos en internet. Sin embargo, este Servicio estima que el análisis de tales actividades no es relevante para la valoración de esta operación. En efecto, por una parte, la distribución del *AVUI* y *AVUI DIUMENGE* es realizada desde hace años por MARINA PRESS, empresa del Grupo GODÓ, circunstancia que no se verá alterada como consecuencia de la adquisición del control conjunto de CCC por parte de GODÓ y PLANETA. Por otra parte, la edición digital de AVUI, que es gratuita, no es significativa ni en el conjunto de los diarios digitales⁶ ni en el total de actividades de las empresas partícipes.

(i) Edición y venta de prensa escrita

En el sector de la prensa escrita⁷, las publicaciones⁸ existentes en el mercado pueden segmentarse de acuerdo con diferentes criterios.

⁶ La Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) no realiza un control generalizado de estas publicaciones. Según datos aportados por los notificantes, en diciembre de 2004 el promedio de visitas al diario AVUI fue de 8.641 usuarios, mientras que a los diarios ABC y El mundo fueron 84.877 y 493.781, respectivamente.

⁷ A efectos del presente informe, únicamente se han tenido en consideración las publicaciones de difusión de pago, es decir, que tienen establecido un precio de cubierta por ejemplar y son suministradas contra el pago de dicho precio.

⁸ Aún cuando la prensa escrita satisface necesidades de información, no puede 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 de unos u otros medios.

Las autoridades de competencia nacionales⁹ y europeas¹⁰ han planteado la posibilidad de diferenciar segmentos en función: (a) del contenido (periódicos de información general, deportivos y económico-financieros); (b) periodicidad (diarios, publicaciones semanales, mensuales, etc.), apartado en el que debe distinguirse entre los suplementos (comercializados conjuntamente con un periódico) y las otras publicaciones no diarias, revistas, comercializadas de forma independiente; y (c) calidad de la información (prensa sensacionalista/prensa de calidad).

Sin embargo, dado que en la presente operación la cabecera que se pasa a controlar conjuntamente, AVUI, se edita exclusivamente en catalán, cabe segmentar los mercados en función de la lengua por razones de sustituibilidad de la demanda.

AVUI es un diario de información general en catalán y difusión limitada a Cataluña¹¹, mientras que los períodos editados por GODÓ y PLANETA, *La Vanguardia* y *La Razón*, tienen una difusión más amplia que la propia de la Comunidad de Cataluña y se editan en castellano.

A la luz de las consideraciones expuestas, este Servicio considera relevante para la valoración de la operación el análisis del mercado de edición y venta de prensa escrita diaria de información general y el submercado de la que se edita en catalán.

(ii) Edición de suplementos semanales

Según la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), los suplementos semanales son publicaciones con título propio y periodicidad fija, que se entregan conjuntamente con otra u otras publicaciones y que no pueden ser vendidas separadamente.

El TDC, en su informe C68/01, señalaba que cabe justificar la definición de un mercado de suplementos semanales distinto del de los diarios a los que acompañan. Los suplementos semanales se editan únicamente los fines de semana, de forma separada y en diferente formato que los diarios. Su contenido básico es de temas sociales y culturales. Aunque no siempre pueden adquirirse de forma independiente del periódico que acompañan, tienen un precio de venta al público substancialmente mayor y sus costes de producción son sensiblemente más elevados que los de la edición de periódicos. Por último, el perfil de los anunciantes y los costes de publicidad en los suplementos semanales es diferente.

Tanto AVUI como GODÓ están presentes en la edición de suplementos semanales. Por tanto, este Servicio estima relevante para la valoración de la

⁹ Expediente del SDC N-196 CORREO/PRENSA ESPAÑOLA y expediente del TDC C68/01 CORREO PRENSA ESPAÑOLA.

¹⁰ Decisiones IV/M.423 – 665 – 1401 – 1455 – 2000 – 2415.

¹¹ Según datos de la OJD, en el año 2003 de los 27.272 diarios difundidos en promedio, 368 lo fueron en el extranjero, 356 en la Comunidad Valenciana, 243 en Baleares y 102 en Madrid.

presente operación el análisis del mercado de edición de suplementos semanales, valorando también por razones análogas a las expuestas en el mercado de prensa diaria el submercado de ediciones en catalán.

(iii) Venta de espacios publicitarios en medios de comunicación escritos

La Comunidad Europea¹² ha definido la venta de espacios publicitarios en prensa como un mercado de producto distinto de la propia actividad de edición y venta de prensa. Adicionalmente, la Comisión estima que la venta de espacios publicitarios en medios de comunicación escritos no pertenece al mismo mercado de producto que la venta de publicidad en otros medios de comunicación (radio, televisión, internet,...)¹³.

Sin embargo, la Comisión ha considera que la venta de espacios publicitarios en medios de comunicación escritos constituye un único mercado, sin que proceda distinguir mercados más estrechos en función de las características de las publicaciones. Generalmente, los medios escritos se dirigen a segmentos específicos de la sociedad, a diferencia de los medios de comunicación audiovisuales abiertos a sectores más amplios de población, y los demandantes de espacios publicitarios en España en general no son las compañías anunciantes, sino las centrales de medios que representan alrededor del 75% de las compras¹⁴.

Si bien cabe considerar la existencia de un único mercado venta de espacios publicitarios en medios escritos, adicionalmente este Servicio analizará el segmento correspondiente la venta en medios escritos en catalán.

V. 2. Mercado geográfico

El ámbito geográfico de los mercados señalados en el epígrafe anterior se ha considerado en las decisiones anteriormente mencionadas de la Comisión Europea como de dimensión nacional, si bien en algunos casos cabría considerar un ámbito infra-nacional¹⁵. Esto se explica por factores lingüísticos, diferencias culturales o la necesidad de los grupos mediáticos de responder a demandas de información de carácter nacional o local.

Adicionalmente, esta diferenciación entre los segmentos de prensa de difusión nacional y regional respondería a factores como el ámbito geográfico de la edición y difusión, el contenido de la información ofrecida y su procedencia, el precio, el perfil de los anunciantes y la información de servicio público. Así, los periódicos de información general de difusión regional o provincial dan primacía a temas locales en contraposición a los temas nacionales, lo que junto con su ámbito específico de difusión podría indicar que pertenecen a mercados de productos diferentes.

¹² Decisión IV/M.1401, cit.

¹³ Decisiones IV/M.1401 y 1455, cit.

¹⁴ Decisiones IV/M.1401 y 1455, cit y Decisiones IV/M. 2000 y 2415

¹⁵ Decisiones IV/M.423 – 665 – 1401 – 1455 – 2000 – 2415, cit.

Sin embargo, los periódicos nacionales editan “separatas” internas dedicadas a la información de cada Comunidad Autónoma para ganar presencia local, mientras que periódicos fuertemente arraigados en algunas Comunidades Autónomas, como *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*, ofrecen una cobertura mayor de temas nacionales y tienen una difusión que va más allá de los ámbitos de la Comunidad Autónoma. De hecho, la información, tanto de carácter nacional como regional o local es, en buena medida, accesible para todos los diarios, de forma que su uso responde más a un enfoque editorial que a las dificultades de su obtención. Así, el solapamiento en el contenido de la información en ambos tipos de periódicos y la relativa similitud de precios permiten considerar también que existe una importante sustituibilidad entre ellos.

Finalmente, la edición de diarios y suplementos en catalán se corresponde esencialmente con el ámbito geográfico de Cataluña. En todo caso, la valoración de la operación no cambia sustancialmente en función de la dimensión geográfica de los mercados.

V. 3. Conclusión

De acuerdo con lo señalado anteriormente, considerando las actividades de las partes en diferentes ámbitos de difusión e idioma de edición, este Servicio analizará los mercados de producto descritos tanto desde una perspectiva nacional como regional. También se ofrecen datos provinciales en el caso de la prensa diaria de información general.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

VI.1.- Estructura de la oferta

(i) Edición y venta de prensa diaria de información general

Las publicaciones de prensa de información general en España, a pesar de que buena parte de los periódicos están integrados en grupos de comunicación con una creciente tendencia a la concentración, tienen un tamaño medio. Según la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), en el año 2003 se editaron 82 periódicos de información general de pago en España. La media de difusión fue de 38.700 ejemplares, inferior a la media de difusión de prensa en la mayor parte de los países de la Unión Europea. Las suscripciones anuales continúan siendo marginales.

Adicionalmente, los índices de difusión presentan un cierto estancamiento. El índice general durante los últimos años se ha estabilizado en 101 ejemplares por mil habitantes. Se mantienen las desigualdades territoriales en los consumos que oscilan entre 44 en Castilla-La Mancha y 175 en Navarra.

La estructura de la oferta del mercado de prensa escrita diaria en España se detalla en los cuadros adjuntos, en los que se identifican los principales operadores.

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE PRENSA DIARIA EN ESPAÑA EN 2003 POR VOLUMEN DE FACTURACIÓN		
Editoras/Grupos	Facturación (en euros)	%
Diario El País, S.L / Grupo PRISA	[...]	[10-20]
La Vanguardia Ediciones, S.L/ Grupo GODÓ	[...]	[0-10]
Unidad editorial, S.A /UNEDISA	[...]	[0-10]
Diario ABC, S.L./ Grupo VOCENTO	[...]	[0-10]
Ediciones Primera Plana, S.A. /Grupo ZETA	[...]	[0-10]
La Voz de Galicia, S.A./ Grupo VOZ	[...]	[0-10]
Diario El Correo, S.A.U./Grupo VOCENTO	[...]	[0-10]
Audiovisual Española 2000,S.A./ Grupo PLANETA	[...]	[0-10]
Sociedad Vascongada de Publicaciones, S.A./ Grupo VOCENTO	[...]	[0-10]
Corporació Catalana de Comunicació, S.L./ AVUI	[...]	[0-10]
TOTAL	[...]	100

Fuente: notificación. Incluye la facturación de las 104 primeras editoras de España

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE PRENSA DIARIA DE INFORMACIÓN GENERAL EN ESPAÑA EN 2003 SEGÚN DIFUSIÓN		
Diarios	Difusión (numero de ejemplares)	%
El País	[...]	[10-20]
El Mundo (Unidad editorial, S.A)	[...]	[0-10]
ABC	[...]	[0-10]
La Vanguardia	[...]	[0-10]
El Periodico de Catalunya	[...]	[0-10]
La Razón	[...]	[0-10]
El Correo Español-El Pueblo Vasco	[...]	[0-10]
La Voz de Galicia	[...]	[0-10]
El Diario Vasco	[...]	[0-10]
Diario de Navarra	[...]	[0-10]
AVUI	[...]	[0-10]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificación

En el ámbito de la prensa diaria nacional de información general, la toma de control sobre la cabecera AVUI apenas representa un [0-10]% adicional de cuota de mercado para PLANETA y GODÓ.

El siguiente cuadro recoge las cuotas de mercado por índices de difusión en el año 2003 de los principales diarios en Cataluña, editados tanto en castellano como en catalán.

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE PRENSA DIARIA DE INFORMACIÓN GENERAL EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CATALUÑA EN 2003 SEGÚN DIFUSIÓN		
Diarios	Difusión (numero de ejemplares)	%
La Vanguardia	[...]	[20-30]
El Periódico de Catalunya (2 ed.)	[...]	[20-30]
El País	[...]	[0-10]
AVUI	[...]	[0-10]
El Punt	[...]	[0-10]
La Razón	[...]	[0-10]
El Mundo	[...]	[0-10]
Diari de Tarragona	[...]	[0-10]
Segre	[...]	[0-10]
ABC	[...]	[0-10]
TOTAL 10 PRIMEROS	[...]	[70-80]
TOTAL DIFUSION	[...]	100

Fuente: Notificación

En Cataluña, los periódicos más vendidos son *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya* (las dos ediciones en castellano y catalán), seguidos a bastante distancia por *El País* y por los editados en catalán, *AVUI* y *El Punt*. En este caso, GODÓ (*La Vanguardia*) sumaría a su cuota del [20-30]% un [0-10]% adicional correspondiente a *AVUI*. PLANETA (*La razón*), por su parte, vería multiplicada su cuota por más de dos, si bien ésta continuaría siendo reducida.

Por último, las cuotas de mercado de los principales diarios de información general en cada una de las provincias catalanas presenta ciertas particularidades. *La Vanguardia* y *El Periódico* (al igual que *El País* o *La Razón*) tienen mayor presencia en Barcelona que en las demás provincias, mientras que el *Diari de Tarragona* apenas se vende fuera de esta provincia, al igual que el *Punt* fuera de Gerona o *Segre* fuera de Lérida.

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE PRENSA DIARIA DE INFORMACIÓN GENERAL POR PROVINCIAS SEGÚN DIFUSIÓN EN 2003								
Diarios	Barcelona		Tarragona		Lérida		Gerona	
	Ejem.	(%)	Ejem.	(%)	Ejem.	(%)	Ejem.	(%)
La Vanguardia	[...]	[20-30]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[20-30]
El P. de Catalunya	[...]	[20-30]	[...]	[10-20]	[...]	[0-10]	[...]	[10-20]
El País	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
AVUI	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
El Punt	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[20-30]
La Razón	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
El Mundo	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Diari Tarragona	[...]	[0-10]	[...]	[20-30]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]

Segre	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[30-40]	[...]	[0-10]
ABC	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Total 10 primeros	[...]	[70-80]	[...]	[70-80]	[...]	[60-70]	[...]	[60-70]
TOTAL difusión	[...]	100	[...]	100	[...]	100	[...]	100

Fuente: Notificación

El diario más vendido en Gerona y Lérida está editado en catalán. En Barcelona el diario más vendido se edita en Castellano y en Tarragona el *Diari* se edita simultáneamente en catalán y castellano.

Por último, el análisis del mercado de prensa general editada en catalán en el conjunto de la Comunidad Autónoma se detalla en el siguiente cuadro.

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE PRENSA DIARIA DE INFORMACIÓN GENERAL EDITADA EN CATALAN EN CATALUÑA SEGÚN DIFUSIÓN EN 2003		
Diarios	Difusión (numero de ejemplares)	%
El Periódico de Catalunya	[...]	[40-50]
AVUI	[...]	[10-20]
El Punt	[...]	[10-20]
Regió 7	[...]	[0-10]
Diari de Girona	[...]	[0-10]
Segre	[...]	[0-10]
Diari de Sabadell	[...]	[0-10]
Diari de Tarrasa	[...]	[0-10]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificación

Los diarios más difundidos en catalán son *El Periódico de Catalunya*, el *AVUI* y *El Punt*, con cuotas de mercado del [40-50]%, [10-20]% y [10-20]%, respectivamente. Ni *La Vanguardia* (GODÓ) ni *La Razón* (PLANETA) se editan en catalán.

La segmentación provincial del mercado de prensa diaria de información general de diarios en catalán por provincias se recoge en el siguiente cuadro:

MERCADO DE PRENSA DIARIA DE INFORMACIÓN GENERAL EDITADA EN CATALAN POR PROVINCIAS SEGÚN DIFUSIÓN EN 2003								
Diarios	Barcelona		Tarragona		Lérida		Gerona	
	Ejem.	(%)	Ejem.	(%)	Ejem.	(%)	Ejem.	(%)
El P. de Catalunya	[...]	[50-60]	[...]	[40-50]	[...]	[0-10]	[...]	[10-20]
AVUI	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Regió 7	[...]	[0-10]	-	-	[...]	[0-10]	[...]	[10-20]
El Punt	[...]	[0-10]	[...]	[20-30]	-	-	[...]	[50-60]
Diari de Sabadell	[...]	[0-10]	-	-	-	-	-	-
Diari de Tarrasa	[...]	[0-10]	-	-	-	-	-	-
El 9 Punt	[...]	[0-10]	-	-	-	-	-	-
Diari de Girona	[...]	[0-10]	-	-	-	-	[...]	[20-30]
Segre	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[80-90]	-	-
TOTAL	[...]	100	[...]	100	[...]	100	[...]	100
Diari Tarragona ¹⁶	[...]	[0-10]	[...]	[60-70]	-	-	-	-
TOTAL+ D. T.	[...]	-	-	-	-	-	-	-

¹⁶ Se ha incluido *Diari de Tarragona* de forma separada por ser un periódico que se edita indistintamente en los dos idiomas, a diferencia de *El Periódico de Catalunya* que tiene dos ediciones en español y en catalán.

Fuente: Notificación

En Barcelona el diario en catalán más difundido es *El Periódico de Catalunya* con una cuota del [50-60]%, seguido a gran distancia por *AVUI* con un [20-30]%. En el resto de las provincias, los más difundidos son el *Diari* en Tarragona con un [60-70]%, el *Segre* en Lérida con un [80-90]% y *El Punt* en Gerona con un [50-60]%

(ii) Suplementos semanales

PLANETA no tiene presencia en el mercado nacional de edición de suplementos semanales (su suplemento es editado por GODÓ), cuya estructura se recoge en el siguiente cuadro. Por su parte GODÓ, antes y después de ejecutar la operación notificada, seguirá siendo el segundo operador a gran distancia del líder, el grupo Correo.

MERCADO DE SUPLEMENTOS SEMANALES SEGÚN DIFUSIÓN EN EL AÑO 2003			
Grupo	Suplemento	2003	%
Grupo CORREO	El Semanal	[...]	[20-30]
Grupo CORREO	Mujer Hoy	[...]	[20-30]
Grupo GODÓ	Magazine	[...]	[10-20]
Grupo PRISA	El País Semanal	[...]	[10-20]
Grupo ZETA	El Dominical	[...]	[0-10]
El MUNDO	Magazine de El Mundo	[...]	[0-10]
AVUI	AVUI Diumenge	[...]	[0-10]
TOTAL		[...]	100

Fuente: Notificación

Avui es el segundo editor de suplementos semanales en catalán, pero ninguno de los dos grupos que pasarán a controlarlo opera en este segmento.

MERCADO DE SUPLEMENTOS SEMANALES EN CATALÁN SEGÚN DIFUSIÓN EN 2003		
Diarios	Difusión (numero de ejemplares)	%
El Periodico	[...]	[40-50]
Avui Diumenge	[...]	[10-20]
Punt Diari	[...]	[10-20]
Regió 7	[...]	[0-10]
Diari de Girona	[...]	[0-10]
Segre	[...]	[0-10]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificación

(iii) Venta de espacios publicitarios en medios de comunicación escritos

El mercado de venta de espacios publicitarios en medios de comunicación escritos incluye prensa diaria y otros medios de comunicación escrita. AVUI sólo opera en el ámbito de publicidad en prensa diaria. Las notificantes limitan sus datos a este segmento. La cuota de AVUI sería inferior si se considerase el conjunto de este mercado, es decir, incluyendo la

publicidad más allá de la prensa diaria de información general, dada la ausencia de AVUI en otros segmentos.

La prensa diaria, según el Estudio General de Medios, es el medio de mayor aceptación en este mercado, alcanzando en el año 2003 la cifra de 1.138 millones de euros.

VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA DE INFORMACIÓN GENERAL EN EL AÑO 2003 EN ESPAÑA		
Empresas editoras	Miles de euros	%
Diario El País, S.L.	[...]	[10-20]
La Vanguardia Ediciones, S.L.	[...]	[10-20]
Diario ABC, S.L.	[...]	[0-10]
Recoletos Grupo Comunicaciones, S.A.	[...]	[0-10]
Ediciones Primera Plana, S.A.	[...]	[0-10]
Diario El Correo, S.A.U.	[...]	[0-10]
La Voz de Galicia, S.A.	[...]	[0-10]
Audiovisual Española 2000,S.A.	[...]	[0-10]
Editorial Prensa Valenciana, S.A.U.	[...]	[0-10]
Sociedad Vascongada de Publicaciones, S.A.	[...]	[0-10]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificación

AVUI tiene una presencia residual en el mercado español. Sólo tendría una presencia significativa (tercer operador) en el segmento de publicidad en prensa de información general en catalán, en el que no operan sus matices.

VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA DE INFORMACIÓN GENERAL EDITADA EN CATALÁN EN EL AÑO 2003		
Empresas editoras	Miles de euros	%
Hermes Comunicacions	[...]	[30-40]
Diari Segre	[...]	[20-30]
AVUI	[...]	[20-30]
Edicions Intracomarcals	[...]	[10-20]
Diari de Girona	[...]	[10-20]
TOTAL	[...]	100

Fuente: Notificación

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

El perfil de los lectores de diarios de información general es menos homogéneo en el conjunto del país que el de los consumidores de prensa deportiva y de información económica. El lector medio de prensa diaria de carácter general es de mediana edad, de clase media o media-alta, con un grado de formación elemental-medio y residencia en núcleos de población con

más de 50.0000 habitantes. Los lectores del *AVUI*, además, muestran un evidente interés por la lectura de un diario en Catalán.

El precio de venta al público es establecido por el editor de la publicación y figura en la cabecera de los ejemplares. Desde el 2002 el precio dominante para los diarios de difusión nacional es de 1 euro y el precio dominical de 1,80 euros, incluido el suplemento. Estos precios son los que aplica el *AVUI*.

El precio de suscripción anual del *AVUI* es de 325 euros, precio promedio aplicado por las empresas de los principales diarios, tanto nacionales como editados en catalán.

En cuanto a las tarifas de publicidad en medios escritos, éstas varían sustancialmente de unos diarios a otros, al estar lógicamente relacionados con la difusión del periódico. Los precios de una página entera en blanco y negro en el año 2004 figuran en el cuadro siguiente¹⁷. Los precios están directamente relacionados con la difusión del periódico:

DIARIOS	PRECIO PÁGINA BLANCO Y NEGRO
El País	17.560 euros
ABC	14.272 euros
La Razón	9.607 euros
El Periodo de Cataluña	8.487 euros
La Vanguardia	7.650 euros
El Punt	2.880 euros
AVUI	2.400 euros
Segre	1.881 euros
Diari de Tarragona	1.976 euros
Regió 7	1.218 euros

Fuente: Notificación

La distribución de los diarios consiste en el transporte de los mismos desde las editoras o los centros de distribución regional o provincial hasta los puntos finales de venta, generalmente quioscos de prensa. Este servicio lo suelen realizar empresas especializadas que distribuyen simultáneamente varios diarios.

En Barcelona existen dos grandes grupos de distribución, uno perteneciente al grupo GODO y otro al Grupo ZETA, existiendo en el resto de Cataluña otras empresas locales.

Como ya se ha señalado, la distribución del *AVUI* en los últimos años ha corrido a cargo de distribuidores ajenos a la propia empresa editora: MARINA PRESS, propiedad del Grupo GODÓ, que también distribuye La vanguardia.

Por su parte, la distribución de *La Razón* se realiza por numerosas empresas de ámbito local (más de 50) ajenas a su editora. En la provincia de

¹⁷ Existen algunos diarios gratuitos que aplican tarifas superiores a las señaladas en este cuadro.

Barcelona *La Razón* es distribuida por LOGISTA DE MEDIOS DE CATALUÑA, empresa del grupo ZETA.

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

Según el TDC en la operación de concentración CORREO/PRENSA ESPAÑOLA, una barrera apreciable para el acceso al mercado de prensa diaria viene dada por el coste económico de implantación que, en todo caso debería de considerarse menor en la prensa de difusión regional o local.

Las barreras de acceso al mercado de suplementos semanales están ligadas a las de la prensa diaria, dada la interdependencia entre ambos. En este caso, es significativa la inversión en publicidad para el lanzamiento y consolidación de un suplemento semanal.

En el mercado de venta de espacios publicitarios en medios de comunicación escritos se aprecia una importante y creciente competencia, derivada del desarrollo del mercado de la publicidad, y del gran porcentaje de sus ingresos que dependen de la venta de espacios publicitarios en prensa escrita. En este mercado compiten no sólo los editores de diarios, sino también los de revistas de todo tipo, algunas pertenecientes a grupos mediáticos importantes de ámbito nacional e internacional.

Por otra parte, la prensa diaria de pago está afrontando una intensa competencia de la prensa diaria gratuita, que propicia una inversión publicitaria creciente en estos periódicos. Según la información suministrada por los notificantes, en 2003 el incremento de la inversión publicitaria en los diarios gratuitos fue del 22,10% con respecto al año anterior, mientras que los diarios de pago registraron un descenso generalizado entre el -8,2% de la prensa económica y el -2,7% de la prensa regional de información general.

VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN

La presente operación consiste en la adquisición del control conjunto sobre CORPORACIÓ CATALANA DE COMUNICACIÓ, adjudicataria de la cabecera del diario AVUI, por los Grupos GODÓ y PLANETA. Previamente, se había declarado la quiebra de la editora de AVUI, PREMSA CATALANA, y liquidado su patrimonio.

La operación supone para GODÓ, primer grupo de comunicación en Cataluña, y PLANETA la entrada en el mercado de prensa diaria y suplementos semanales editados en catalán, en el que hasta ahora no operaban.

En el conjunto del mercado nacional de prensa diaria de información general, los periódicos *La Vanguardia* y *La Razón*, editados respectivamente por los grupos GODO y PLANETA, tienen cuotas de mercado que rondan el [0-

10]% y el [0-10]%. La toma de control sobre la cabecera *AVUI* apenas representa un [0-10]% adicional de cuota de mercado para los adquirentes.

En Cataluña, *La Vanguardia* es el diario más vendido con una cuota del [20-30]% y *La Razón* el sexto con un [0-10]%, en tanto que *AVUI* es el cuarto diario de mayor difusión, con un [0-10]%. La operación supone la desaparición del cuarto operador independiente en el mercado, *AVUI*, y el refuerzo de *GODO* como líder, con una cuota aproximada del [20-30]%, y de *PLANETA*, que pasa a ser el cuarto operador, por detrás de *La Vanguardia*, *El Periódico de Cataluña* y *El País*.

Por provincias, *La Vanguardia* es el diario más leído en Barcelona, mientras que en el resto son las cabeceras provinciales las que cuentan con mayor difusión. De esta forma, en Barcelona, la provincia con mayor adición de cuotas, la correspondiente a *GODÓ* tras la operación ascendería al [30-40]% y la de *PLANETA* se situaría ligeramente por encima del [10-20]%

Si se considera únicamente la prensa editada en catalán, *AVUI* es el segundo diario más leído en Cataluña con una cuota del [10-20]%, muy por debajo de la edición en catalán del *Periódico de Catalunya* ([40-50]%).

Por provincias, la presencia del *AVUI* es significativa en Barcelona y Tarragona con cuotas del [20-30]% y [10-20]% respectivamente, e inferior al [0-10]% en Lérida y Gerona. En Barcelona el *Periodo de Catalunya* es el más vendido ([50-60]%), mientras que en el resto de las provincias son las cabeceras *El punt*, *Segre* y *El Diari de Tarragona* las que cuentan con la mayor difusión.

En el mercado de suplementos semanales, únicamente están presentes el grupo *GODO* y *AVUI*, con cuotas nacionales del [10-20]% y [0-10]%, respectivamente. Teniendo en cuenta sólo los suplementos editados en catalán, la cuota del *AVUI* es del [20-30]%, ocupando el segundo lugar por detrás de *El Periodico* ([50-60]%).

En cuanto al mercado de ventas de espacios publicitarios en prensa las cuotas de mercado de *PLANETA* y *GODÓ* son del [10-20]% y [0-10]%, ocupando respectivamente el segundo y octavo puesto en volumen de ventas. En este mercado en su conjunto, la cuota del *AVUI* es poco significativa. En el segmento de venta de espacios publicitarios en catalán la cuota de la editora de *AVUI* es del [20-30]%, por detrás de *Hermes Comunicacions* y *Segre*. El 75% de la demanda del mercado de espacios publicitarios en medios escritos procede de centrales de compra.

Las posibles barreras a la entrada en el mercado de edición de diarios y suplementos semanales están esencialmente ligadas a los costes de implantación, no existiendo restricciones regulatorias. Por su parte, el mercado de venta de espacios publicitarios en medios escritos se enfrenta a una creciente competencia derivada de la prensa diaria gratuita.

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

VIII. 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.