

Concentrarse o morir



No es tanto una carrera por hacerse con el primer puesto sino una lucha por la supervivencia. El torbellino de negociaciones en que se hallan sumidas las grandes casas discográficas para ultimar procesos de fusión es la única reacción posible ante un mercado en franca decadencia: en los últimos años la facturación del sector ha caído de forma continuada, bien por el exceso de costes que afrontan los sellos discográficos, bien por culpa de la piratería en Internet. Solución: la concentración... si se superan las trabas de la Comisión Europea contra los oligopolios.

«La industria de la música en general está pasando por tiempos duros. La competencia que suponen Internet, los teléfonos móviles, los juegos, la televisión por satélite, etc., significa que la música ha dejado de ser la prioridad número uno para mucha gente joven». La cita corresponde a Richard Branson, el visionario de Virgin, y es un fiel reflejo de la realidad actual que vive el sector. Las ventas cayeron el año pasado en Estados Unidos un 10 por ciento, el peor registro en muchos años, pero la cifra es extrapolable a toda la industria. Ante esta situación, anteriores intentos de cerrar filas frente a la crisis mediante fusiones han cobrado en los últimos meses nuevos ímpetus.

Las cinco compañías discográficas que dominan el sector (Universal, Sony, EMI, Time Warner Music y BMG, por orden de importancia) se reparten el 80 por ciento de un negocio que el año pasado movió algo más de 32.200 millones de dólares, un 7 por ciento menos que en 2001. Los despidos fueron la nota predominante del año, pero no bastaron para atajar la crisis. Éste es el contexto en el que se están forjando dos grandes fusiones, la de EMI y Time Warner y la de BMG y Sony.

La británica EMI, hasta ahora independiente, y la estadounidense Time Warner Music (controlada por AOL Time Warner) tratan de unir sus fuerzas para convertirse en el segundo grupo discográfico mundial tras Universal, que controla la tercera parte del mercado. La primera compraría a la segunda en una operación que ha sido valorada en 1.500 millones de

euros (de los que 1.000 millones se pagarían en efectivo y el resto en acciones). EMI aportaría al nuevo gigante artistas de la talla de Rolling Stones, Norah Jones, Robbie Williams y Janet Jackson, además del 13 por ciento de la facturación mundial en 2002. Su capitalización bursátil ronda los 1.400 millones de dólares. Por su parte, Time Warner, con Madonna, Eric Clapton o Linkin Park en nómina, tiene en su expediente el 11 por ciento de la facturación mundial, pero también unas pérdidas netas de casi 100.000 millones de dólares. Expertos del mercado la valoran entre 3.000 y 4.000 millones de dólares.

Bruselas tiene la última palabra

La operación favorecería a ambas compañías, dado que son complementarias: EMI es fuerte en Europa y Time Warner Music disfruta de una situación privilegiada al otro lado del océano. Además, la fusión supondría para las cuentas de esta última, fuertemente endeudada, como hemos dicho, un soplo de aire fresco. Sin embargo, el intento de fusión entre ambas, confirmado a finales de septiembre y aun en conversaciones, ya fracasó hace tres años. El comisario de Defensa de la Competencia de la Unión Europea, Mario Monti, echó atrás la operación tras semanas de análisis del caso. Consideró, en aquellos momentos, que la operación suponía un ataque frontal a la libre competencia en el sector discográfico europeo. Algo similar ocurrió con las autoridades que regulan la competencia en Estados Unidos. Ahora, Bruselas está a la espera de ver en qué acaban los actuales movimientos para estudiar de nuevo la situación. Pero el antecedente está ahí. De todas formas, EMI ha dejado muy claro que «las negociaciones no tienen carácter exclusivo». Esta afirmación es una alusión a los contactos mantenidos con el grupo alemán Bertelsmann, propietario de BMG, el quinto de los cinco grandes sellos discográficos, por lo que las expectativas aún podrían dar un vuelco.

El acercamiento de EMI hacia Time Warner surgió motivado por un fracaso previo, el de las negociaciones entre el grupo alemán Bertelsmann y Time Warner con la idea de fusionar sus respectivos sellos discográficos, BMG y Time Warner Music. El sello resultante estaría controlado por ambas compañías a partes iguales y el negocio de los derechos musicales (por ejemplo, el de las transmisiones de radio) quedaría en manos de las matrices, con lo que se evitaría el veto de las autoridades de la competencia. Por esos derechos Bertelsmann había ofrecido a Time Warner 100 millones de dólares. Sin embargo, estas negociaciones, que sí se realizaban en exclusividad, no fructificaron, por lo que EMI inició los contactos que aún mantiene con Time Warner, sin cerrarse la puerta a una alianza con BMG.

Vorágine negociadora

En esta jungla de negociaciones a dos bandas, otro intento de fusión ha salido a la luz pública, el de BMG y Sony. BMG tiene en su haber a artistas como Christina Aguilera o Santana y aportaría el 11 por ciento de la facturación mundial; Sony (Bob Dylan, Michael Jackson), el 14 por ciento de la facturación. La operación tiene cierta lógica, dado que BMG, en el pelotón de cola de los cinco gigantes, es el nombre que en más ocasiones ha sonado

como candidato a ser absorbido. En esta ocasión, la operación con Sony surge como “alternativa”, según un alto directivo de Bertelsmann citado por el *Financial Times Deutschland*, a la de EMI y Time Warner Music, aunque por el momento las negociaciones parecen estar en un estadio muy inicial.

Para entender el porqué de esta vorágine hay que tener en cuenta otros aspectos, que también derivan de la crisis que vive el sector. Si las fusiones son vistas por los directivos de los sellos como un imperativo para la supervivencia, lo cierto es que, aun así, el reto de recuperar el mercado perdido sigue sobre la mesa. Y mientras las conversaciones sobre posibles alianzas avanzan, las compañías discográficas siguen luchando en otro frente: el de la piratería.

En puertas de una guerra de precios

El top manta es un fenómeno netamente mediterráneo y tiene en España uno de sus máximos exponentes, pero no representa más que un pequeño porcentaje de pérdidas. El auténtico caballo de batalla del sector es el robo de música a través de Internet a través de los sitios de intercambio gratuito de canciones entre los usuarios. Como muestra, un botón: Kazaa, uno más de los sucesores del emblemático Napster, cuenta con 60 millones de usuarios tan sólo en Estados Unidos.

Por eso, en los últimos meses han surgido iniciativas como la de Universal, que ha reducido drásticamente sus precios para animar a los clientes a comprar música en las tiendas, en lugar de bajarlas de Internet. Ahora, los discos de los grandes artistas de este sello, como Eminem, U2 o Nirvana, cuestan en Estados Unidos un 32 por ciento de media: los que costaban unos 19 dólares están ya a sólo 13. La iniciativa se ha tomado estratégicamente a tiempo de revitalizar las ventas de Navidad. Esta medida podría afectar a sitios como *Apple iTunes* o *Listen.com*, que en la actualidad ofrecen canciones por 99 centavos de dólar o álbumes completos a 10 dólares. Aún está por ver si este paso adelante que ha dado Universal es seguido por las otras cuatro grandes discográficas, lo que podría desembocar en una auténtica guerra de precios que, de una forma u otra, influiría en los intentos de fusión que están en marcha.

M^a Luisa Roselló