

***Asunto n° COMP/M.1812
- TELEFONICA / TERRA
/ AMADEUS***

El texto en lengua española es el único disponible y auténtico.

**REGLAMENTO (CEE) n° 4064/89
SOBRE LAS CONCENTRACIONES**

Artículo 6, apartado 1, letra b), NO OPOSICIÓN
fecha: 27/04/2000

*Disponible también en la base de datos CELEX
número de documento 300M1812*



COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

Bruselas, 27.04.2000

En la versión pública de la decisión, se omite determinada información en virtud del artículo 17 (2) del Reglamento del Consejo (CEE) No 4064/89 relativo a la no divulgación de secretos de negocios y otra información confidencial. Las omisiones se indican con [...]. Si es posible, la información omitida se reemplaza por rangos de cifras o una descripción general.

VERSION PUBLICA

PROCEDIMIENTO DE
CONCENTRACIONES
DECISIÓN DEL ART. 6.1.b)

To the notifying parties

Muy Señores míos:

Referencia: Asunto N°. COMP/M.1812 – TELEFÓNICA / TERRA / AMADEUS.

Notificación de 9.03.2000, de conformidad con el artículo 4 del Reglamento n° 4064/89 del Consejo.

1. El 16 de febrero del 2000, AMADEUS Global Travel Distribution, S.A. (en adelante “Amadeus”) y TERRA Networks S.A. (en adelante “Terra”) notificaron a la Comisión una operación por la que adquirirían el control conjunto de una nueva empresa en participación al 50/50 cuya actividad consistirá en ofrecer al usuario final la contratación de servicios de viajes a través de Internet. El 24 de febrero del 2000 la notificación fue declarada incompleta. El 9 de marzo del 2000 las partes notificantes completaron la notificación.
2. Tras examinar la notificación, la Comisión ha llegado a la conclusión de que la operación entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CEE) n° 4064/89 del Consejo¹ y no plantea serias dudas en cuanto a su compatibilidad con el mercado común y con el Acuerdo del EEE.

LAS PARTES

3. Amadeus está a la cabeza del grupo Amadeus que presta servicios de comercialización y distribución a la industria del sector de viajes y turismo a nivel mundial. En particular, Amadeus desarrolla y explota un sistema informatizado de reservas (“CRS”) a través del cual los proveedores de servicios turísticos y de viajes (principalmente líneas aéreas,

¹ DOCE L 395, 30.12.1989, versión corregida DOCE L 257, 21.9.1990, modificado por el reglamento 1310/97 DOCE L 180 de 9.7.1997 corrigendum DOCE L 40, 13.02.1998.

pero también hoteles, compañías de alquiler de vehículos etc...) pueden difundir información sobre los horarios, disponibilidad y tarifas de los mismos. Los principales accionistas de Amadeus son Air France, Iberia y Lufthansa

4. Terra es una filial de Telefónica S.A. que tiene por objeto desarrollar actividades y prestar servicios en el área de las telecomunicaciones, la información y la comunicación; en particular, el desarrollo de actividades relacionadas con Internet y cualesquiera otras redes, incluyendo actividades de acceso, actividades de producción, distribución y/o exhibición de contenidos propios o ajenos, actividades de portal, actividades de comercio electrónico y cualesquiera otras que puedan surgir en el futuro, según las necesidades del mercado.

LA OPERACIÓN NOTIFICADA.

5. La operación notificada consiste en la creación de una empresa en participación 50/50 cuya actividad será ofrecer al usuario final la contratación de servicios de viajes con la posibilidad de realizar reservas "on line", información y noticias sobre puntos de destino y otros servicios relacionados con la industria del turismo a través de distintos puntos de presencia en Internet. .

OPERACIÓN DE DIMENSIÓN COMUNITARIA

6. Amadeus y Telefónica realizan conjuntamente un volumen de negocios total, a nivel mundial, superior a 5 000 millones de euros. Por otra parte, el volumen de negocios total a escala comunitaria de ambas empresas es superior a 250 millones de euros. Las empresas afectadas no realizan más de 2/3 de su volumen de ventas en un mismo Estado miembro. La operación notificada, por lo tanto, tiene dimensión comunitaria en el sentido del apartado 2 del artículo 1 del Reglamento 4064/89 del Consejo.

LA CONCENTRACIÓN.

Control conjunto

7. La distribución accionarial de la empresa en participación es idéntica para ambas partes, disponiendo cada una de las empresas matrices del 50% del capital social, participaciones que llevan aparejadas idénticos derechos de voto. El consejo de administración de la nueva sociedad estará compuesto por cuatro consejeros de los que cada una de las partes tendrá derecho a nombrar dos miembros. Las decisiones se adoptarán por mayoría absoluta de los consejeros asistentes, quedando válidamente constituido el consejo con la participación de la mayoría de los consejeros. Adicionalmente, existen mayorías reforzadas que exigen el voto de al menos tres consejeros para la adopción de determinadas decisiones relativas, entre otras, a la aprobación, modificación o revisión del plan de negocio, el presupuesto y modificaciones importantes en la estructura del negocio, etc. Por último, la aprobación o la sustitución del director general y la aceptación de cualesquiera candidatos que ocupen puestos de dirección en la empresa habrán de ser adoptadas por la totalidad de los consejeros.

Entidad económica independiente

8. La empresa en participación tiene asignados suficientes recursos financieros para el desarrollo de su actividad. Su capital social ascenderá a un millón de euros, ejercerá su

propia política comercial independientemente de la de sus matrices y será libre de decidir cuáles serán sus proveedores, clientes y los precios de los bienes y servicios ofrecidos.

9. La actividad de la empresa en participación consistirá en ofrecer al usuario final, a través de distintos puntos de presencia en Internet, servicios de viajes. Para desarrollar esta actividad, las empresas matrices aportarán a la nueva entidad ciertos inputs. Amadeus aportará a la empresa en participación su “know how” y experiencia en el ámbito de la tecnología de la información, en particular, en el ámbito de la industria del viaje, dando acceso no exclusivo a su propio sistema informático de reservas (“booking engine”) denominado 1a res que no es sino un CRS adaptado a Internet. Por su parte, Terra aportará su conocimiento de Internet y facilitará que la empresa en participación adquiera la necesaria “notoriedad” en la red, para lo que situará puntos de presencia en las páginas web de Terra. La empresa en participación suscribirá con cada una de sus empresas matrices un contrato de servicios para proveerse de los inputs necesarios (CRS de Amadeus y puntos de presencia en los portales de Terra) en las mismas condiciones que ofrecería a cualquier otra empresa. Aunque el contrato inicial no incluye otras modalidades de publicidad en Internet, los acuerdos que pudieran celebrarse en el futuro entre TERRA y la empresa en participación a este respecto se harán de acuerdo con los precios y las condiciones generales que TERRA ofrezca a las demás empresas del mercado. Por su parte, el “Internet 1a-Res Product agreement” que suscribirán la empresa en participación y Amadeus prevé la puesta a disposición de la empresa en participación del “booking engine” para Internet (CRS adaptado a las reservas por Internet): el denominado 1a-Res en condiciones no exclusivas y a precios de mercado². La contribución de las partes al negocio de la empresa en participación se limita pues a dotarla, en condiciones de mercado, de los instrumentos y medios necesarios para desarrollar su actividad sin que exista una situación de dependencia entre la empresa en participación y las partes y viceversa.
10. Tal y como queda indicado anteriormente, Amadeus suministrará su CRS adaptado a Internet (booking engine), llamado 1a res, a la empresa en participación en las mismas condiciones que las ofrecidas a otras agencias de viajes y sin exclusividad. Los CRSs canalizan información fundamentalmente sobre aerolíneas.³ Las partes estiman que el porcentaje de actividad de la empresa en participación que representará la utilización del CRS de Amadeus ascenderá como máximo [menor al 40%]. El resto de las actividades que conforman el objeto de las agencias de viajes y que no son canalizadas a través del CRS se contratarán directamente con los mayoristas (venta de paquetes turísticos, información turística, alquiler de vehículos etc.).
11. La operación notificada constituye pues una empresa común que desempeñará con carácter permanente las funciones de una entidad económica independiente. Por tanto la operación notificada, de conformidad con el apartado 2 del artículo 3 del Reglamento N° 4064/89, constituye una concentración en el sentido de la letra b) del apartado 1 del artículo 3 de dicho Reglamento.

² [...]

³ la penetración de los CRS en otros sectores ha alcanzado unos niveles significativamente más bajos a los conseguidos en el sector de las aerolíneas. Actualmente alrededor de los dos tercios de las reservas realizadas por proveedores de viajes distintos de las compañías aéreas no se hacen a través de CRS.

COMPATIBILIDAD CON EL MERCADO COMÚN.

Mercados de referencia

Agencias de viaje

Mercado de producto

12. La empresa en participación desarrollará sus actividades en el mercado de la prestación al consumidor final de servicios de viajes y otros productos o servicios relacionados con la industria del viaje, tales como información sobre puntos de destino, noticias, reportajes etc... La nueva empresa competirá con las agencias de viajes tradicionales y en particular con las agencias de viajes que ya tienen presencia en Internet. En anteriores decisiones⁴, la Comisión ha descartado que la prestación de servicios de viajes a través de Internet sea, por ahora, un mercado en sí mismo. La investigación de mercado llevada a cabo en el presente caso ha confirmado que, por el momento, el mercado de las agencias de viajes a través de Internet puede incluirse en el mercado de las agencias de viajes tradicionales. En efecto, los productos finales ofrecidos por ambos tipos de agencia son exactamente los mismos.. Sin embargo, no puede descartarse a priori que en el futuro pueda haber una evolución independiente del mercado virtual de agencias de viajes como resultado del desarrollo del sistema de ventas “ticketless” y el incremento de operaciones a través de Internet. Por consiguiente, no puede excluirse que el sector de las agencias de viajes virtuales pudiera, con el tiempo, llegar a ser un mercado distinto del de las agencias de viajes tradicionales. De todas formas, no es necesario definir el mercado de manera más precisa porque aun en el caso de que el mercado debiera circunscribirse a la prestación de servicios de viajes por Internet, la operación no plantearía serias dudas sobre su compatibilidad con el mercado común.

Mercado geográfico

13. En anteriores decisiones, la Comisión ha considerado que el mercado de las agencias de viajes, en lo que respecta a los paquetes turísticos, tiene una dimensión nacional⁵. Según la investigación llevada a cabo por la Comisión, dicha delimitación geográfica es también aplicable, por el momento, a las agencias de viaje por Internet. Por un lado, solamente tienen acceso a ellas las personas que conocen el idioma en el que funcionan dichas agencias. Además, mientras no se generalice el sistema “ticketless” sigue siendo necesario en la gran mayoría de los casos suministrar los billetes y “vouchers” al cliente en el lugar de origen del viaje. Si bien existe la posibilidad de suministrar los billetes y “vouchers” por correo, según la investigación llevada a cabo por la Comisión, el coste del mismo hace que, por el momento, sea más rentable que las agencias por Internet cuenten con redes de operadoras cercanas a los clientes. En el presente caso, la nueva empresa en participación ofrecerá sus servicios a la comunidad de habla hispana y portuguesa que se compone fundamentalmente de las personas que viven en España, Portugal e Iberoamérica y realizará sus operaciones en español y portugués. Sin embargo, necesitará suscribir acuerdos [...] en cada uno de los países donde va a desarrollar su actividad, en un principio España y Portugal, sin perjuicio de que pueda

⁴ IV/M. 1524 Airtours/First Choice

⁵ IV/M.785 Thomas Cook/Sunworld, IV/M.1341 Wetdeutsche Landesbank/Carlson/Thomas Cook

abarcar posteriormente otros territorios, con la consiguiente suscripción de acuerdos [...], allí donde se prevea que el número de clientes que soliciten los servicios de la empresa en participación sea relevante. La emisión y distribución de los comprobantes justificativos de los servicios contratados se hará, por tanto, a escala nacional.

14. La Comisión no excluye, sin embargo, que una vez generalizado el sistema “ticketless”, y dado el carácter eminentemente internacional del sistema Internet, el mercado de las agencias de viajes virtuales pueda evolucionar en lo que respecta al ámbito geográfico y extenderse a todos los usuarios capaces de dialogar en el idioma en el que las agencias virtuales prestan sus servicios. En el caso que nos ocupa, no puede excluirse, pues, de que, con el tiempo, el mercado geográfico de la empresa de nueva creación se extienda a todo el territorio luso e hispano hablante.

Apreciación

15. Según se desprende de la investigación de mercado, existe el temor de que la nueva empresa pudiera adquirir en un futuro una posición dominante en el sector de las agencias de viajes en el mercado español, no así en el mercado portugués donde ninguna de las empresas matrices ejerce una posición dominante. Ello se debería a dos factores: en primer lugar, a la posición preeminente de las empresas matrices en los mercados relacionados con el sector de las agencias de viajes (CRS y telecomunicaciones); en segundo lugar, al hecho de que cualquier tipo de derecho exclusivo o trato preferencial en relación con los servicios suministrados que pudiera recibir la nueva agencia virtual por parte de sus matrices podría resultar en una posición dominante de la nueva empresa.
16. Dada la posición preeminente de Amadeus y Telefónica en el mercado español, la Comisión ha analizado, a la luz de los argumentos de las empresas competidoras, los posibles efectos que la creación de la empresa en participación podría tener sobre la competencia: (i) en el mercado de la prestación de servicios de viajes en general, (ii) en el mercado de la prestación de servicios de viajes por Internet, y (iii) en el de la prestación de servicios de viajes por las agencias tradicionales. .

Prestación de servicios de viajes en general

17. Las empresas matrices no son activas actualmente en el mercado en el que la empresa en participación va a desarrollar su negocio. La nueva empresa representa un nuevo entrante en el/los mercado/s anteriormente mencionados.
18. Los competidores han señalado que Amadeus podría dar acceso exclusivo o preferencial a su sistema a la nueva entidad. Según se desprende de la notificación, las partes han garantizado que no habrá ningún tipo de derecho exclusivo y la nueva empresa suscribirá con Amadeus un contrato de servicios para proveerse de los inputs necesarios en las mismas condiciones y precios que los ofrecidos a cualquier otra empresa. Dichos precios han sido verificados por la Comisión y no son inferiores a los pagados por los competidores. Además, el código de conducta aplicable a los CRS, que se extiende a los productos para Internet, prohíbe asimismo cualquier tipo de discriminación⁶ por parte de

⁶ Especialmente especificadas en los artículos 9 y 10 del código de conducta Reglamento 2299/89 DOCE L 24.7.1989 modificado por el reglamento 3089/93 DOCE L 17 de 11.11.1993, corrigendum DOCE L 278 de 25.01.1995 y DOCE L 83 de 4.4.2000 modificado por el reglamento 323/99 DOCE L 40 de 13.2.99 .

los CRS y contiene mecanismos legales para impedir que se produzcan o, caso de producirse, para que se restablezca la situación de no discriminación con la aplicación de las correspondientes sanciones.

19. La Comisión considera que, a la luz de la relativamente menor importancia de el mercado de las agencias de viajes virtuales (véase más abajo), Amadeus no tiene un incentivo económico suficiente para limitar el acceso a su sistema a la empresa común. De todas maneras, en España existen otros tres CRS (Galileo, Sabre y Worldspan, véase más abajo) que ofrecen un nivel de funcionalidad comparable al de Amadeus. En el supuesto de que Amadeus decidiera dar acceso exclusivo a su sistema a la nueva entidad, las otras agencias podrían utilizar los motores de búsqueda de los otros CRS y de este modo, competir con la nueva entidad.
20. Asimismo, se ha señalado que la empresa de nueva creación podría tener acceso, a través de Amadeus, a los datos y perfil de todos los clientes de las agencias de viajes que operan mediante el sistema Amadeus y podría así hacer uso de esa información para la promoción personalizada de sus productos. Según las partes notificantes cualquier uso que pudiera hacer Amadeus de los datos personales relativos a los usuarios a los que pudiera tener acceso como resultado de la gestión de reservas de viajes con otras agencias, sería incompatible con la legislación española vigente relativa a la protección de datos (ley orgánica 15/1999 de 13 de diciembre basada en la directiva del Parlamento y del Consejo 95/46 de 24 de octubre). Además, la información contenida en los datos en cuestión se limita generalmente al nombre del cliente que compra el billete. La utilización de dicha información tampoco resultaría, pues, suficiente para considerar que la nueva entidad podría adquirir una posición dominante.

Prestación de servicios de viajes por Internet

21. En la actualidad, el sector de la prestación de servicios de viajes por Internet constituye una fracción muy pequeña (0.15%) del total del mercado de la prestación de servicios de viajes. Se trata, aparentemente, de un mercado con escasas barreras de entrada donde los soportes tecnológicos, los servicios de acceso a Internet y de portal, así como los motores de búsqueda utilizados, están a disposición de cualquier entrante. Las partes notificantes estiman que el número de agencias que ofrecen servicios de viajes “on line” en España es de unas setenta. Existen grandes agencias de viajes tradicionales que contratan sus servicios de viajes en Internet (por ejemplo Viajes Barceló, Marsans, Viajes Ecuador, Viajes Halcón y Viajes Iberia), aerolíneas (por ejemplo Iberia) que permiten la reserva y compra de billetes por Internet, y agencias de viajes que operan sólo en la red. Específicamente, en lo que se refiere a agencias de viajes que sólo operan en la red, en las últimas semanas se va a producir en España la entrada de dos nuevos operadores, a saber eDreams (accesible a través de Olé y que utilizará el motor de búsqueda de Amadeus), que cuenta con el respaldo financiero del BSCH (Banco de Santander Central-Hispano) y varias empresas de capital riesgo y Travel price (una agencia de viajes virtual que opera a escala mundial con su propio portal de acceso) que funciona con el motor de búsqueda de Galileo y en la que participa el BBVA (Banco de Bilbao Vizcaya Argentaria), que también ha hecho público su interés por entrar en España próximamente. En esta área de negocio, la empresa de nueva constitución estima que sus ventas durante el presente año 2000 podrían alcanzar [menor al 20%] de cuota de mercado. Ello dependerá de factores tales como el nivel de penetración del uso de Internet y la intensidad de la competencia. La empresa en participación tendrá que competir con las actuales agencias de viajes que ya desarrollan esta actividad y con los

operadores especializados que se decidan a entrar en el mercado español adaptando sus ofertas actualmente dirigidas a clientes de otros países.

22. Los competidores han llamado la atención de la Comisión sobre la posibilidad que Telefónica pueda suministrar sus servicios de forma discriminatoria a la nueva empresa. A este respecto conviene explicar cómo va a funcionar prácticamente la nueva empresa en participación. Para prestar sus servicios, la nueva entidad, que estará situada en Madrid, necesitará un “servidor” que estará situado en un ASP (Application Service Provider), una empresa independiente [...]. El servidor de la empresa en participación estará conectado, por una parte, con Internet, a través de un enlace físico [...] que le será alquilado al ASP y, por otra parte, con el acceso a Amadeus [...], a través de una línea [...]. La oficina de Madrid y el ASP se conectarán a través de un enlace [...] y de una conexión Internet alquilada a Teleline, una filial de Telefónica. El coste total será de [...] al año, es decir en torno al [...] del presupuesto de la empresa de nueva creación. Este enlace y esta conexión representan los únicos servicios que la nueva entidad ha contratado con el grupo Telefónica. El hecho de que la empresa de nueva creación haya necesitado de manera puramente marginal los productos de telecomunicaciones de el grupo Telefónica es la prueba más clara que Telefónica no dispone de elementos de activo esenciales susceptibles de afectar a la entrada o la actividad de una agencia de viajes “on line” competidora. El servicio de acceso a Internet es un servicio que prestan gratuitamente un gran número de empresas en España y el servicio de transmisión [...] es un servicio suministrado por otros operadores como Retevision, Euskatel o Colt.
23. La empresa en participación tendrá también un punto de presencia en los portales de Terra. A este respecto también se ha llamado la atención de la Comisión sobre la posibilidad de que TERRA suministre este servicio de forma discriminatoria. En este contexto, se ha apuntado el riesgo de que TERRA limite o haga imposible o más difícil el acceso a los competidores de la nueva agencia a sus páginas web o que incluya a la nueva agencia de viajes virtual en su primera página, adjudicándole así una ventaja competitiva. La Comisión considera que cualquier discriminación que TERRA pudiera ejercer en detrimento de otros operadores no tendrá efectos substanciales sobre la competencia. Por un lado, en la notificación queda claramente indicado que TERRA no dará derecho exclusivo de acceso a la nueva agencia. Por otro, cualquier operador potencialmente discriminado por TERRA tiene la posibilidad de crear su propio portal de entrada (como de hecho ocurrirá con la nueva agencia virtual Travel price), ya que no existen barreras legislativas para hacerlo o bien de recurrir a los competidores de TERRA: existen en España numerosos portales de reconocido prestigio como Yahoo España, Altavista, Lycos, Starmedia, MSN España, Excite, Ozú etc...., A este respecto conviene destacar que los principales ingresos derivados de la actividad de portal son los ingresos por publicidad y que, en estos momentos, TERRA, en relación con los ingresos por publicidad cuenta con una cuota de mercado de alrededor del [menor al 15%]⁷.
24. Finalmente, algunos competidores han señalado la posibilidad de que la nueva agencia de viajes virtual se beneficie de los precios especiales de Iberia. A este respecto, no hay que olvidar que Iberia ya permite la reserva de sus billetes por Internet, a través de su página web aplicando tarifas especiales a las que tienen acceso directo los usuarios. Iberia no parece tener ningún incentivo para ofrecer sus tarifas especiales a través de la

⁷ Estimaciones de las partes.

nueva agencia de viajes en la que Iberia detiene, a través de Amadeus, una participación muy limitada.

Prestación de servicios de viajes por agencias tradicionales

25. El mercado español de la prestación de servicios de viajes constituye un mercado muy competitivo. En España existen aproximadamente 5230 agencias de viajes. Amadeus da servicio en España a la mayoría de las agencias de viaje tradicionales. Habida cuenta de la importancia del sector tradicional, no parece probable que Amadeus tenga un incentivo económico en discriminar a este tipo de agencias, en efecto, esta discriminación podría causar unas pérdidas muy superiores a las eventuales ventajas derivadas de las actuaciones contrarias a las agencias tradicionales.
26. En cuanto a la telefonía, es necesario aclarar que las agencias de viaje tradicionales pueden contratar con Amadeus no sólo el acceso al CRS, sino asimismo los servicios de telecomunicaciones que le permiten acceder al CRS (servicio “llave en mano”) sin pasar por Telefónica.
27. Además, y lo que es mas importante, todos los servicios e infraestructuras que pudieran interesar a una agencia de viajes para conectarse al CRS, independientemente de su tamaño, son prestados además de por las sociedades del grupo Telefónica, también por terceras empresas. Es el caso del ADSL, estos servicios pueden ser prestados por [...]. Lo mismo sucede con la Red Digital de Servicios Integrados (RDSI, o ISDN en las siglas inglesas), que prestan Retevisión, Uni2, BT Telecomunicaciones, JAZZTEL, Loop, Aló, Madritel y ONO. En cuanto a los circuitos alquilados, éstos pueden ser ofrecidos por Colt, Retevisión y Euskalnet.
28. De lo anterior se desprende que existen otras posibles alternativas al grupo Telefónica para todas y cada una de las soluciones de telecomunicaciones que las agencias de viajes tradicionales puedan requerir.

Conclusión

29. Habida cuenta de lo anteriormente expuesto, la Comisión ha llegado a la conclusión de que la operación notificada, en lo que respecta al mercado de las agencias de viajes (virtuales y tradicionales), no plantea serias dudas en cuanto a su compatibilidad con el mercado común.

CRS

Mercado de producto

30. Un CRS es un sistema informatizado de reservas consistente en un ordenador central mediante el cual entran en contacto los prestatarios de servicios relacionados con los viajes (compañías aéreas, empresas de alquiler de vehículos, hoteles etc...) con las agencias de viajes que quieren realizar reservas. En los últimos años, con el desarrollo de las agencias de viajes que operan por Internet se han hecho adaptaciones del CRS (como el 1a res de Amadeus) que permiten al consumidor final (siempre a través de la agencia de viajes virtual) acceder al sistema de reservas por Internet. El mercado europeo de los CRS se rige por el denominado “código de conducta”⁸ que tiene por finalidad garantizar

⁸ Véase nota a pie de página 6

una competencia leal entre los distintos sistemas de CRS. Así, por ejemplo, los datos que los diferentes operadores decidan introducir en un CRS deberán ser exactos y no podrán ser menos completos que los destinados a otros CRS. La decisión a la hora de escoger un CRS depende de la agencia de viajes sin que los transportistas socios de un CRS puedan ejercer influencia alguna en la decisión. El mercado de los CRS es un mercado muy concentrado. Actualmente operan en Europa cuatro CRS: Amadeus, con una cuota de mercado de alrededor del [40-50%], Galileo con alrededor del [30-40%], Sabre con el [10-20%] y Worldspan con el [0-10%]. Además del sistema tradicional de CRS existen también CRS “on line”, adaptados para realizar reservas por Internet a través de agencias de viajes virtuales: Amadeus cuenta con el producto “1a res plus”, Sabre con el “Sabre web reservation” y Galileo con “Galileo travelpoint”. Según la investigación llevada a cabo por la Comisión no parece que los CRS adaptados a Internet sean un producto distinto de los CRS tradicionales por tratarse del mismo servicio ofrecido a una agencia de viajes tradicional pero adaptado a las necesidades de una agencia de viajes virtual.

Mercado geográfico

31. Existen grandes disparidades en lo que respecta a las cuotas de mercado nacionales de los distintos CRS que parecen estar determinadas por la participación en los mismos de las principales compañías aéreas del país. Así en Alemania, España y Francia, donde las respectivas principales compañías aéreas nacionales son socias de Amadeus, la cuota de mercado de dicho CRS oscila entre el [70-80%] en Alemania y el [85-95%] en España. Por otra parte, la distribución de los CRS, excepto contadas excepciones en que las agencias de viajes contratan directamente con Amadeus, se realiza a escala nacional a través de los sistemas de la red de National Marketing Companies (NMC) que tienen derechos de distribución exclusiva. Según se desprende de la investigación de mercado, las condiciones de venta de los CRS varían de país a país según las condiciones de mercado. Habida cuenta de lo anteriormente expuesto, el mercado geográfico de los CRS es un mercado nacional.

Apreciación

32. La cuota de mercado del CRS de Amadeus en España es del [85-95%]. Dicho mercado se encuentra en una fase anterior al mercado de las agencias de viajes. Aun teniendo en cuenta que sólo aproximadamente el [30-40%] del volumen de negocios de la empresa de nueva creación estará ligado a las reservas realizadas a través de Amadeus, dado al alto porcentaje de cuota de mercado de dicho operador, ha de considerarse que el sector de los CRS es un mercado afectado por la presente operación. La posición dominante que tiene Amadeus en el mercado de los CRS en España se debe principalmente a razones históricas ya que los CRS son los herederos de los sistemas internos de reservas con los que las compañías aéreas nacionales (Iberia en el caso español) funcionaban hasta la aparición de los CRS. Según informaciones suministradas a la Comisión en el curso de su investigación Amadeus sería el único proveedor de CRS a través del cual se pueden realizar reservas con RENFE (Red Nacional de Ferrocarriles Españoles) y Transmediterránea (transporte marítimo de pasajeros). Esto no es exacto ya que Renfe y Transmediterránea no distribuyen a través de Amadeus si no que lo hacen a través de SAVIA (empresa de distribución de Amadeus en España). Por lo tanto, el hecho de que Renfe y Transmediterránea operen a través de SAVIA no parece afectar a la cuota de mercado del CRS de Amadeus.

33. Durante la investigación llevada a cabo por la Comisión se ha recibido una queja indicando que la integración vertical de Amadeus en una fase posterior del mercado de los CRS (agencias de viajes) conducirá al reforzamiento de la posición dominante de Amadeus en el mercado de los CRS, ya que dicha integración vertical le va a proporcionar un importante cliente “cautivo” que se espera llegue a situarse a la cabeza de las agencias de viajes virtuales. Sin embargo, no se ha aportado ningún dato fehaciente que permita llegar a la conclusión de que la posición de Amadeus quedará reforzada tras la concentración. Por un lado, gran parte (si no la totalidad) de la cuota de mercado que le proporcionaría a Amadeus la empresa de nueva creación iría acompañada de una disminución de la propia cuota de mercado en relación con reservas realizadas a través de otras agencias de viajes suscritas a Amadeus cuyos clientes optarían por la nueva agencia de viajes virtual. Estaríamos pues más bien ante un caso de redistribución del origen de la cuota de mercado y no ante un aumento de la misma que únicamente se produciría en caso de desequilibrio en favor de la nueva empresa de la distribución del incremento total del mercado de los CRS. Por otro lado, aun en el caso de que dicho aumento de cuota de mercado llegara a producirse como consecuencia de la operación notificada, éste puede ser perfectamente contrarrestado por las fuerzas del mercado. En efecto, en primer lugar no hay que olvidar que el número de operadores en el mercado del CRS en España no va a quedar reducido tras la concentración. Las agencias de viajes seguirán pudiendo optar por cualquiera de los CRS existentes en las mismas condiciones que antes de la operación. De hecho, aun asumiendo que Amadeus ejerce una posición dominante en el mercado español, es el único CRS que ha visto disminuir su cuota de mercado en España entre 1998 y 1999 en un [0-0,5%]. En segundo lugar, nada impide a los otros CRS integrarse verticalmente en el mercado español mediante la constitución de sus propias agencias de viajes y crear sus propios “clientes cautivos”, asegurándose así una cuota de mercado en el segmento de las agencias de viajes virtuales al igual que Amadeus.
34. Asimismo determinados competidores han manifestado su preocupación ante el hecho de la creación de una nueva empresa en la que serán socios Telefónica y Amadeus y las posibles repercusiones negativas que podría tener en los precios pagados por los servicios de Telefónica por parte de las empresas clientes de otros CRS distintos de Amadeus. A este respecto conviene, por un lado, recordar que, como se expuso anteriormente, para proveerse de un CRS las agencias de viajes no necesitan conectarse con ningún tipo de servicio de telecomunicaciones ya que es el proveedor del mismo quien puede contratar dicho input. Además parece dudoso que Telefónica vaya a renunciar a parte de los ingresos procedentes de Amadeus por el simple hecho de haber creado una empresa conjunta. Finalmente en lo que respecta al mercado español, los servicios de telecomunicaciones ligados a los CRS (IP y servicios de transmisión de datos por paquetes o circuitos) se encuentran liberalizados pudiendo los CRS acceder a Telefónica o a cualquiera de los competidores.

RESTRICCIONES ACCESORIAS

35. Amadeus y Terra (no así Telefónica) se comprometen a no invertir en negocios similares al de la empresa de nueva creación. La restricción se limita exclusivamente a otras iniciativas en el ámbito de Internet, siendo libres las partes de iniciar actividades de agencia de viajes tradicional. Asimismo el ámbito geográfico de la restricción se circunscribe a la zona en que la empresa en participación va a desarrollar sus servicios.
36. [Explicación del contenido de la cláusula] Esta restricción en la medida en que consiste en una cláusula de salvaguarda para evitar que Amadeus invierta en negocios similares

al de la empresa de nueva creación impidiendo así su desarrollo puede considerarse parte integrante de la concentración y necesaria para el funcionamiento de la misma.

CONCLUSIÓN

37. Por las razones antes explicadas, la Comisión decide no oponerse a la operación notificada y declararla compatible con el mercado común. La presente Decisión se adopta en aplicación de la letra b del apartado 1 del artículo 6 del Reglamento (CEE) nº 4064/89 del Consejo, tal como quedó modificado por el Reglamento 1310/97.

Por la Comisión,