

***Asunto n° COMP/M.5038
- TELEFONICA /
TURMED / RUMBO***

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

**REGLAMENTO (CE) n° 139/2004
SOBRE LAS CONCENTRACIONES**

Artículo 6, apartado 1, letra b), NO OPOSICIÓN
fecha: 28/02/2008

***En formato electrónico en el sitio web EUR-Lex por número
de documento 32008M5038***



COMISIÓN EUROPEA
DG Competencia

Mercados y casos II: Información, comunicación y medios de comunicación
Director

Bruselas, 28-II-2008
SG-Greffe(2008) D/200813

En la versión pública de la decisión, se omite determinada información en virtud del artículo 17 (2) del Reglamento del Consejo (CE) No 139/2004 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
EN VIRTUD DEL ARTÍCULO
6(1)(b)

A la parte notificante

Referencia : Asunto nº COMP/M.5038 – Telefónica/Turmed/Rumbo

Notificación de 30 de enero de 2008 con arreglo al artículo 4 del Reglamento del Consejo (CEE) nº 139/2004¹

Muy Sres. nuestros:

- 1) Con fecha 30 de enero de 2008 la Comisión recibió notificación de un proyecto de concentración por el que las empresas Turmed S.L. ("Turmed", España), perteneciente al grupo Orizonia Corporación ("Orizonia", España), y Telefónica S.A. ("Telefónica", España) adquieren con arreglo al artículo 3(1)(b) del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo sobre el control de concentraciones, el control conjunto de la empresa Red Universal de Marketing y Booking Online, S.A. ("Rumbo", España), que está, a día de hoy, conjuntamente controlada por el grupo Amadeus IT S.A. ("Amadeus", España) y Terra Network Asociados, S.L. ("TNA", España), una filial de Telefónica, a través de compra de acciones.
- 2) La transacción además incluye la venta de Viajar.com Viajes S.L.U. ("Viajar.com", España), bajo el control de Orizonia, y Terra Business Travel S.A. ("Terra Business Travel"), bajo el control de TNA, a Rumbo.

¹ DO L 24, 29.1.2004 p. 1

I. LAS PARTES

- 3) Turmed es una empresa perteneciente al Grupo Orizonia, por su parte bajo el control conjunto del Grupo Carlyle (EE.UU.) y Vista Desarrollo S.A., S.C.R., una empresa perteneciente al Grupo Central Banco Hispano de Santander. Orizonia se encuentra activa en la prestación de servicios turísticos. En particular, Orizonia realiza las siguientes actividades en España y Portugal: agencia de viajes mayorista (tour-operador), agencia de viajes minorista, transporte aéreo charter y cruceros.
- 4) Telefónica es la sociedad matriz del Grupo Telefónica, un proveedor de servicios de telecomunicación. Las actividades del Grupo Telefónica incluyen la gestión de redes telefónicas de líneas fijas, teléfono móvil y servicios de televisión en España. Proporciona estos servicios también en otros países de la UE, así como fuera de la UE (América Latina). TNA es una filial a 100% de Telefónica y opera, vía su sucursal Terra Business Travel, servicios de agencia de viajes minorista en España vía su portal Internet www.terratravel.com como vía agencias de viajes tradicionales.
- 5) Rumbo se encuentra activa en el campo de servicios de agencia de viajes minorista, principalmente en España a través de los portales de Internet www.rumbo.es y www.despegar.com. Se fundó como empresa en participación (Joint Venture) por Telefónica (vía TNA) y Amadeus, donde cada una posee el 50 % de sus acciones. La transacción fue autorizada por la Comisión el 27 de abril de 2000².

II. LA OPERACIÓN

- 6) Telefónica y Orizonia adquirirán el control conjunto sobre las empresas existentes Rumbo, Viajar.com y Terra Business Travel. Orizonia, a través de su sucursal Turmed, adquirirá el 50 % de las acciones de Rumbo en posesión de Amadeus. Turmed a su vez venderá sus acciones en Viajar.com a Rumbo, mientras que Telefónica, actuando a través de TNA, venderá sus acciones en Terra Business Travel a Rumbo. Considerando que estas transacciones tienen influencia recíproca y dependen cada una de las otras y tienen un carácter unitario, deben considerarse como una sola concentración en el sentido del artículo 3(1)(b) del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo sobre el control de concentraciones.
- 7) En cuanto a Orizonia, transferirá solamente Viajar.com a Rumbo. Otras agencias de viajes minoristas controladas por Orizonia ("Viajes Iberia") no están incluidas en la transacción y continuarán actuando independientemente de Rumbo. Las agencias de viajes mayoristas de Orizonia tampoco están afectadas por la transacción.

² Asunto n° COMP/M.1812 – Telefónica/Terra/Amadeus.

III. DIMENSIÓN COMUNITARIA

- 8) La transacción tiene una dimensión comunitaria de conformidad con el artículo 1(2) del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo sobre el control de concentraciones. Las partes realizan conjuntamente un volumen de negocios total, a nivel mundial, superior a € 5.000 millones (Telefónica € 52.901 millones, Orizonia/Turmed € [...] millones en 2006), y cada parte realiza un volumen de negocios a nivel comunitario superior a € 250 millones (Telefónica € [...] millones, Orizonia/Turmed € [...] millones en 2006). Ninguna de ellas realiza más de dos tercios de su volumen de ventas en un mismo Estado miembro.

IV. MERCADOS AFECTADOS

Mercado de producto

- 9) La transacción afecta dos mercados de producto: El mercado de agencias de viajes minoristas y el mercado de agencias de viajes mayoristas (tour-operadores). Estos dos mercados están verticalmente relacionados, dado que los tour-operadores proporcionan paquetes de vacaciones a las agencias de viajes minoristas, que estos últimos venden a los clientes finales.
- 10) Rumbo, Terra Business Travel, Viajar.com así como Orizonia, a través de Viajes Iberia, están activas en el mercado de agencias de viajes minoristas. En decisiones anteriores³, la Comisión ha definido este mercado como el mercado de agencias que proporcionan diversos servicios turísticos a consumidores finales, tales como reserva de vuelos, sean chárter o regular, reservas de hoteles y otros tipos de alojamiento y otros servicios conexos.
- 11) La Comisión ha considerado en sus decisiones más recientes que la prestación de servicios en línea no constituye un mercado distinto de la prestación de servicios por agencias de viajes minoristas tradicionales. La distribución a través agencias tradicionales y la distribución por Internet y por teléfono se consideran como partes del mismo mercado puesto que ofrecen los mismos productos y los precios de venta en los diferentes canales se influyen mutuamente. Esta influencia recíproca está basada en el hecho de que los consumidores son especialmente vigilantes en cuanto a los precios de los servicios turísticos y utilizan el Internet para buscar información sobre la "mejor oferta". Sin embargo, en este caso se puede dejar abierta la definición exacta del mercado para los tour-operadores en cuanto a la distinción entre la prestación de servicios por agencias de viajes tradicionales y por Internet, dado que el impacto competitivo en los mercados afectados no plantea dudas sobre su compatibilidad con el mercado común, cualquiera que sea la definición usada.
- 12) Al contrario de las otras empresas afectadas por la transacción, Orizonia actúa también como agencia de viajes mayorista (tour-operador), a través de sus varias

³ Asunto n° COMP/M. 4601 – Karstadt/Mytravel; Asunto n° COMP/M. 4600 – Tui/FirstChoice; Asunto n° COMP/M. 1812 Telefónica/Terra/Amadeus; Asunto n° COMP/M. 2794 Amadeus/GGL/JV.

marcas registradas "Iberojet", "Cóndor Vacaciones", "Solplan", "Víamed", "Iberski", "Turavia" y "Vivatours", y proporciona viajes a destinos nacionales e internacionales dentro y fuera de la UE (Francia, Italia, República Checa, Turquía, Túnez, Egipto, República Dominicana, México y Argentina). Los tour-operadores proveen principalmente "paquetes turísticos", combinando el alojamiento, el viaje y posiblemente otros servicios en (generalmente) un destino en el extranjero. Prestan también el servicio de vacaciones individuales, que se diseñan según los intereses individuales de los clientes.

- 13) En decisiones anteriores, la Comisión dejó abierto si el mercado para los tour-operadores comprende tanto paquetes turísticos como vacaciones individuales o si debe dividirse en dos o más mercados independientes. En el caso presente se puede dejar abierta esta distinción también, dado que el impacto competitivo de la transacción se limita a los efectos resultando de la integración vertical de las partes notificantes y que, en general, las agencias de viajes minoristas compran igualmente paquetes turísticos como vacaciones individuales de las agencias de viajes mayoristas, de las cuales todas proponen ambos servicios.
- 14) En decisiones anteriores, la única distinción que hizo la Comisión en relación con paquetes turísticos en países extranjeros se refirió a vacaciones de corta distancia y vacaciones de larga distancia⁴. El sector de vacaciones de larga distancia incluye todos los destinos turísticos que implican un tiempo de vuelo superior a tres horas. Por lo tanto, todos los destinos de vacaciones en Europa o África del Norte entran efectivamente en la categoría "vacaciones de corta distancia", mientras que, por ejemplo, viajes al Caribe, América o Asia forman parte de la categoría "vacaciones de larga distancia". Esta distinción fue aceptada por el Tribunal de Primera Instancia⁵ y confirmada por la investigación de mercado de la Comisión en la decisión Karstadtquelle/Mytravel⁶.
- 15) Sin embargo, la Autoridad Española de la Competencia ha considerado en el asunto Orizonia/Condor Vacaciones⁷ que el mercado para los tour-operadores en España era un mercado único, que no puede dividirse en mercados distintos, diferenciando entre los servicios o los destinos proporcionados. Argumenta que todos los destinos de corta y larga distancia compiten, en cuanto a temporada y precio, en el mismo mercado. Otros factores, incluyendo la moneda, la situación económica internacional, desastres naturales y limitaciones técnicas, pueden también influenciar la decisión de los clientes de reservar viajes de corta distancia o de larga distancia.

⁴ Asunto n° COMP/M. 1524 - Aitours/FirstChoice.

⁵ Asunto T-342/99 Airtours vs. Commission.

⁶ Asunto n° COMP/M. 4601 – Karstadt/Mytravel.

⁷ Servicio de Defensa de la Competencia, N-07002 – Orizonia/Condor Vacaciones.

- 16) En el caso presente, se puede dejar abierta la definición exacta del mercado para los tour-operadores en cuanto a la distinción entre destinos de corta y de larga distancia, dado que el impacto competitivo en los mercados afectados no plantea dudas sobre su compatibilidad con el mercado común, cualquiera que sea la definición utilizada.

Mercado geográfico

- 17) El mercado geográfico tiene para los mercados de producto definidos anteriormente un carácter nacional, refiriéndose solamente al territorio español.
- 18) Las partes notificantes afirman que el mercado geográfico de agencias de viajes mayoristas es nacional. Eso coincide con las decisiones anteriores de la Comisión que observó particularmente que los tour-operadores, incluso los que venden paquetes turísticos en varios países, producen y comercializan sus paquetes en general a nivel nacional.
- 19) Las partes notificantes afirman también que el mercado geográfico de agencias de viajes minoristas es nacional. Eso también corresponde a decisiones precedentes de la Comisión. La Comisión consideró particularmente la importancia creciente del Internet como canal de distribución, teniendo en cuenta que ventas por el Internet se podrían realizar en teoría con clientes de varios países, pero que en términos prácticos los clientes se limitan en su gran mayoría a consultar sitios de Internet de sus propios países particularmente por razones lingüísticas. La Comisión consideró finalmente que el mercado de las agencias de viajes minoristas era nacional.

V. APRECIACION COMPETITIVA

Efectos horizontales – Agencias de viajes minoristas

- 20) Rumbo, Terra Business Travel y Viajar.com se encuentran activas en el mercado de las agencias de viajes minoristas. Sin embargo, la cuota de mercado combinada de las tres empresas no supera el [0-10] % en España. Aunque Viajes Iberia continuará actuando independientemente de Rumbo, se podría sostener que Orizonia estaría en posición de coordinar el comportamiento empresarial de Viajes Iberia con Rumbo, Terra Business Travel y Viajar.com. No obstante, la cuota de mercado combinada de Rumbo, Terra Business Travel, Viajar.com y Viajes Iberica solamente alcanzará [0-10] % en el mercado español.

Agencias de viajes minoristas	Cuota de mercado en 2006
Rumbo / Terra Business Travel / Viajar.com	[0-10]%
<i>Viajar.com (Orizonia)</i>	<i>[0-10]%</i>
<i>Terra Business Travel</i>	<i>[0-10]%</i>
<i>Rumbo</i>	<i>[0-10]%</i>
Viajes Iberia (Orizonia)	[0-10]%
Rumbo/Terra Business Travel / Viajar.com / Viajes Iberia	[0-10]%
Viajes Halcón, S.A.U.	[0-10]%
EL Corte Inglés, S.A. Viajes	[5-15]%
Viajes Marsans, S.A.	[0-10]%
España	100%

Fuente: Informe DBK y cuentas anuales de Rumbo y Terra Business Travel.

- 21) Si se considera el impacto de la operación en Orizonia, ésta le permitirá controlar las agencias de viajes minoristas Rumbo y Terra Business Travel además de Viajar.com y Viajes Iberia que ya controla, lo que resultará en un crecimiento marginal de la cuota de mercado de Orizonia del [0-5]% en España. No obstante, considerando que la cuota de mercado combinada de las agencias de viajes minoristas afectadas por la transacción no supera el [0-10] %, la Comisión considera que la concentración no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en el mercado para las agencias de viajes minoristas en España.
- 22) Si se considera el mercado de servicios de agencias de viajes minoristas por Internet como mercado afectado, a parte del mercado de la prestación de estos servicios por agencias con presencia física, cabe destacar que el mercado está muy fragmentado. Según las presentaciones de los partidos, Iberia es el líder en el mercado con una cuota de sólo [0-10] %. Las partes notificantes han presentado una tabla según la cual Rumbo, Viajar.com, Terra Business Travel y Viajes Iberia tienen una cuota de mercado combinada que no excede el [10-20]% en España.
- 23) Después de haber comprobado si las empresas indicadas por las partes notificantes forman parte de un supuesto mercado de servicios de agencias de viajes minoristas por Internet, la Comisión ha considerado de manera conservativa que algunas empresas indicadas no compiten en este mercado, particularmente las empresas que solamente ofrecen reservas de hoteles o de vuelos, pero no paquetes turísticos enteros. Por ende, la Comisión ha recalculado las cuotas de mercado sin las empresas mencionadas con el resultado de que Rumbo, Viajar.com, Terra Business Travel y Viajes Iberia tendrían una cuota de mercado que tampoco excede el [10-20] %.
- 24) Resulta que, también en un supuesto mercado de servicios de agencias de viajes minoristas por Internet, las partes notificantes sólo tendrían una cuota de mercado por abajo del [10-20]%, así que la concentración no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en este mercado.

Efectos verticales

- 25) Existen relaciones verticales entre las agencias de viajes minoristas como Rumbo, Terra Business Travel, Viajar.com o Viajes Iberia, y las actividades de Orizonia, en el suministro de servicios de tour-operadores en España, mercado en el cual Orizonia tiene una cuota de aproximadamente [25-35] % (marzo 2007). La tabla abajo muestra la situación del mercado en España en 2006.

Tour-operadores	Cuota de mercado en 2006
Orizonia	[25-35]%
Travelplan	[10-20]%
Viaje Mundial (EL Corte Inglés)	[10-20]%
Soltour	[0-10]%
Mundosocial	[0-10]%
España	100%

Fuente: Informe DBK

- 26) Las partes notificantes consideran que la transacción no causará ningún efecto vertical. Sostienen que los tour-operadores, incluido Orizonia, mantienen relaciones no exclusivas con las agencias de viajes minoristas. Por lo tanto, las agencias de viajes minoristas pueden elegir entre los servicios ofrecidos por todos los tour-operadores en el mercado, sean integrados en una empresa que opera servicios de tour-operador o no. En apoyo a esta suposición, se puede observar que, aunque las agencias de viajes minoristas que pertenecen a Orizonia compran la mayoría ([70-80]%) de sus servicios de tour-operador a Orizonia, la mayoría de servicios de tour-operador ofrecidos por Orizonia ([75-85]%) se encuentra comercializada por las agencias de viajes minoristas independientes que no pertenecen al grupo Orizonia.
- 27) Tal estructura de mercado implica que no sería del interés de Orizonia el:
- i) aumentar los precios para servicios de tour-operador, dado que varios competidores aprovecharían de un tal movimiento para desplazar Orizonia del mercado; o
 - ii) interrumpir la comercialización de sus servicios de tour-operador a las agencias de viajes minoristas que no controla, con el objetivo de favorecer a sus propias agencias de viajes minoristas. Consecuentemente, siguiendo esta estrategia, Orizonia podría comercializar sus servicios de tour-operador solo a agencias de viajes minoristas que representan una proporción mínima del mercado ([0-10]%) y no podría generar ingresos suficientes para compensar las pérdidas de ventas a las agencias de viajes minoristas competidoras. Estas últimas, sin embargo, podrían rápidamente encontrar a otros proveedores de servicios de tour-operador.
- 28) Por los motivos expuestos anteriormente, la Comisión considera que la concentración no obstaculizará de forma significativa la competencia efectiva en el mercado español en cuanto a los efectos verticales entre las agencias de viajes mayoristas y las agencias de viajes minoristas.

- 29) Aun argumentando que existen dos mercados distintos en función de si se trata de ventas de paquetes turísticos o de ventas de vacaciones individuales por los tour-operadores, no existen indicaciones que Orizonia tenga posiciones competitivas diferentes en estos dos mercados. Además, las agencias de viajes minoristas pueden configurar sus propios paquetes turísticos mediante la contratación directa de los correspondientes servicios turísticos (básicamente: transporte aéreo y alojamiento). Resulta que la concentración no debería impedir la competencia efectiva en el mercado aunque se definan dos mercados diferentes en función de si se trata de ventas de paquetes turísticos o de ventas de vacaciones individuales por los tour-operadores.
- 30) Si se consideran dos mercados distintos para la provisión de vacaciones de corta distancia y vacaciones de larga distancia por los tour-operadores, no existen indicaciones de que Orizonia tenga posiciones competitivas diferentes en estos dos mercados, e igualmente las agencias de viajes minoristas pueden configurar sus propios paquetes turísticos de corta o de larga distancia mediante la contratación directa de los correspondientes servicios turísticos. La presente concentración no obstaculizará por tanto de forma significativa la competencia efectiva en el mercado, aunque se definan dos mercados diferentes en función de si se trata de vacaciones de corta distancia o vacaciones de larga distancia.
- 31) Orizonia proporciona también servicios de cruceros y vuelos chárter en España y Portugal, actuando como tour-operador por estos servicios específicos. En estos dos mercados tiene cuotas de mercado de menos del 25 %, según las informaciones de las partes notificantes, así que, con respecto a estos mercados, no se espera efectos verticales negativos resultando de la concentración. Rumbo ha iniciado también actividades económicas en Portugal en septiembre de 2007 en el ámbito de agencias de viajes minoristas, poniendo en marcha el sitio Internet www.rumbo.pt. No obstante, sus actividades están muy limitadas en este mercado y Orizonia no se encuentra activa en Portugal en el mercado de agencias de viajes mayoristas, con la excepción de servicios de cruceros y vuelos charter.

VI. CONCLUSIÓN

- 32) Por los motivos expuestos anteriormente, la Comisión ha decidido de no oponerse a la operación notificada y declararla compatible con el mercado común y con el Acuerdo EEE. La presente decisión se adopta en aplicación de la letra b) del apartado 1 del artículo 6 del Reglamento del Consejo (CE) nº 139/2004.

Por la Comisión,
firmado
Neelie KROES
Miembro de la Comisión