

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN

EXPEDIENTE C/1145/20 AREAS / AUTOGRILL

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 26 de noviembre de 2020 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), notificación de la operación de concentración consistente en adquisición por parte de AREAS, S.A.U. (en adelante AREAS) del 100% de las acciones de Autogrill Iberia, S.L.U. (en adelante, AUTOGRILL).
- (2) La notificación ha sido realizada por la empresa adquirente, según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (“LDC”), por superar el umbral establecido en el artículo 8.1 a) y b) de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Reglamento de Defensa de la Competencia (“RDC”), aprobado por el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero.
- (3) Con fecha 11 de diciembre, tuvo entrada una propuesta de compromisos por parte de la notificante con objeto de solventar los posibles problemas de competencia a los que pudiera dar lugar la operación.
- (4) Con fechas 14 y 15 de diciembre, en virtud de los artículos 39.1 y 55.6 de la LDC y a fin de valorar los efectos de la citada operación de concentración, se realizaron solicitudes de información a ADIF, AENA y a terceras empresas competidoras del sector en determinados mercados geográficos¹. Con la misma fecha, en virtud de lo dispuesto en el artículo 37.1.b) de la LDC, esta DC acordó que las solicitudes de información suspendieran el transcurso de los plazos máximos para resolver, en la medida en que las respuestas contendrían elementos de juicio necesarios para que la CNMC pudiera valorar la operación de concentración notificada.
- (5) Según lo anterior, la fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 27 de enero, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

- (6) La operación de concentración económica proyectada consiste en la adquisición por parte de AREAS, S.A.U. (en adelante AREAS) del 100% de las acciones de Autogrill Iberia, S.L.U. (en adelante, AUTOGRILL).
- (7) Tras la operación, AREAS adquirirá el control exclusivo de AUTOGRILL, incluyendo todo sus activos, actividades y negocios, y la empresa resultante se dedicará principalmente al negocio de la restauración concesional en el ámbito de los transportes en España.

¹ Estación de tren de Madrid-Atocha, Madrid-Chamartín y Sevilla-Santa Justa así como el aeropuerto de Palma de Mallorca.

- (8) La transacción se articulará a través de un Contrato de Compraventa firmado el 2 de octubre de 2020, y el cierre de la operación estará sujeto a la obtención de autorización de la operación por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).
- (9) La operación es una concentración económica según el artículo 7.1.b) de la LDC.

III. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- (10) De acuerdo con los notificantes, la operación no tiene dimensión comunitaria, al no cumplirse los umbrales establecidos en el artículo 1 del Reglamento del Consejo (CE) nº 139/2004, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las operaciones de concentración.
- (11) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la LDC para su notificación, al superarse el umbral de cuota de mercado establecido en el artículo 8.1.a) y b) de la misma.

IV. RESTRICCIONES ACCESORIAS

IV.1 Restricciones Accesorias contenidas en el Acuerdo de Combinación de Negocios

La operación de concentración que ha dado lugar al expediente de referencia se articula mediante un Contrato de Compraventa que contienen las siguientes restricciones que podrían considerarse accesorias y necesarias para dar viabilidad económica a la operación de concentración:

Cláusula de no competencia

- (12) Mediante esta cláusula la parte Vendedora (Autogrill S.p.A, incluida cualquier empresa de su grupo) se obliga a no ejercer ninguna actividad que de forma directa o indirecta compita o pueda competir con las actividades de la Adquirida (AUTOGRILL) en el territorio (España). Esto incluye la participación o inversión en cualquiera de las actividades que directa o indirectamente compita con la parte Adquirida. Se considera que dentro del concepto de actividad se incluyen la prestación de servicios de restauración en estaciones de tren, terminales de aeropuerto y áreas de servicio en carretera, así como la venta de comida y bebida en tiendas minoristas en áreas de servicio en carretera.
- (13) Por otra parte, esta cláusula no se aplicará [...].
- (14) [...].
- (15) Con respecto al ámbito temporal, esta cláusula afectará durante un [≥2 años] a la parte Vendedora.

Cláusula de no captación

- (16) Pese a que en el Contrato no está explicitada esta cláusula, las partes han establecido un compromiso de no captación que supone prohibición a la parte vendedora del establecimiento u oferta de empleo a personas que tienen relación laboral con la parte Adquirida. Este compromiso se mantendrá durante un periodo [≥2 años].

Confidencialidad

- (17) De acuerdo con el Contrato de Compraventa, las partes se comprometen a mantener el contenido del contrato y anexos como información confidencial y secreta. Así, a excepción de la información que pudiese resultar necesaria para obtención de autorizaciones previas para la ejecución de la operación, incluido el cumplimiento de la Condición Suspensiva, las partes no podrán revelar ningún aspecto del contrato a ninguna persona diferente de las que integren su órgano de administración o su alta dirección o que participen en una relación profesional (asesor jurídico, contable, financiero u otra especialidad) a no ser que sean requeridas por cualquier otro órgano regulador, inspector, supervisor o instancia judicial.
- (18) La duración de esta cláusula ≥ 2 años].

Valoración

- (19) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, establece que *“en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia”*. A su vez, la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) considera que estas cláusulas sólo están justificadas por el objetivo legítimo de hacer posible la concentración cuando su duración, su ámbito geográfico de aplicación, su contenido y las personas sujetas a ellas no van más allá de lo razonablemente necesario para lograr dicho objetivo y, con carácter general, deben servir para proteger al comprador.
- (20) En concreto, esta Comunicación señala en su párrafo 20 que *“Las cláusulas inhibitorias de la competencia están justificadas durante un máximo de tres años cuando la cesión de la empresa incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y conocimientos técnicos. Cuando sólo se incluye el fondo de comercio, están justificadas por períodos de hasta dos años”*. Por su parte, el párrafo 22 establece que *“El ámbito geográfico de aplicación de una cláusula inhibitoria de la competencia debe limitarse a la zona en la que el vendedor ofrecía los productos o servicios de referencia antes del traspaso, toda vez que no es necesario proteger al comprador de la competencia del vendedor en territorios en los que éste no estaba presente”*.
- (21) En el párrafo 23 de la Comunicación se recoge que *“las cláusulas inhibitorias de la competencia han de limitarse a los productos (incluidas las versiones mejoradas y las actualizaciones de productos y los modelos sucesivos) y servicios que constituyan la actividad económica de la empresa traspasada. Cabe incluir aquí los productos y servicios que se hallen en una fase avanzada de desarrollo en el momento de la transacción y los productos que ya estén totalmente desarrollados, pero todavía no se hayan comercializado. No se considera necesario proteger al comprador de la competencia del vendedor en aquellos mercados de productos o de servicios en los que la empresa traspasada no operase antes del traspaso”*.
- (22) Asimismo, el párrafo 25 de la Comunicación establece que: *“Las cláusulas que limiten el derecho del vendedor a adquirir o tener acciones en una empresa que compita con la empresa cedida se considerarán directamente vinculadas a la realización de la concentración y necesarias a tal fin en las mismas condiciones*

que las cláusulas inhibitorias de la competencia, salvo que impidan que el vendedor adquiera o tenga acciones para fines exclusivamente de inversión financiera que no le confieran directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia sustancial en la empresa competidora”.

- (23) Por su parte el párrafo 26 establece que las cláusulas de no captación y de confidencialidad tienen un efecto comparable al de las cláusulas inhibitorias de la competencia, por lo que se evalúan de forma similar.
- (24) A vista de lo anterior:
- En relación con el ámbito geográfico de la cláusula de no competencia, se extiende al mercado de prestación de servicios de restauración concesional, lo que excede el área de influencia de los servicios de restauración de cada medio de transporte, por lo que va más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración al no poder considerarse que esté directamente vinculada a la realización de la concentración ni es necesaria a tal fin por lo que no debe considerarse accesoria en lo que exceda de dichas áreas.
 - En relación con el ámbito material:
 - en cuanto a la cláusula de no competencia, la prohibición de adquisición de participaciones financieras que no supongan control o influencia decisiva de una empresa considerada competidora del negocio resulta excesiva al no poder considerarse que esté directamente vinculada a la realización de la concentración;
 - respecto a las personas sujetas a la cláusula de confidencialidad, la obligación del comprador resulta igualmente excesiva, al no poder considerarse que esté directamente vinculada a la realización de la concentración ni sea necesaria a tal fin, por lo que no debe considerarse accesoria.
 - En relación con el ámbito temporal:
 - La cláusula de no competencia y de no captación tienen un plazo excesivamente amplio al estar vigente durante [≥ 2 años], un período superior al de dos años que establece la Comunicación.
 - La cláusula de confidencialidad debe limitarse igualmente a un máximo de dos años de acuerdo con lo que establece la Comunicación, no siendo accesoria ni necesaria en lo que supere dicho período.
- (25) En conclusión, teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios existentes en la materia y lo establecido en la citada Comunicación de la Comisión, se considera que el ámbito geográfico de la Cláusula de no Competencia, el ámbito temporal de las cláusulas de confidencialidad, de no captación y de no competencia, y el ámbito material de las cláusulas de no competencia y confidencialidad van más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada, quedando por tanto sujetas a la normativa general aplicable a los pactos entre empresas.

V. EMPRESAS PARTICIPES

V.1 ADQUIRENTE: AREAS, S.A.U.

- (26) AREAS, S.A.U. (AREAS) es una empresa con domicilio social en España y que pertenece al Grupo AREAS, un operador global especializado en el ámbito de la restauración concesional, con actividades en España y en el extranjero².
- (27) AREAS es la sociedad matriz en España del Grupo AREAS y tiene como accionista único a Areas Worldwide, S.A.S, sociedad francesa. La sociedad dominante última del grupo es Pax Lux TopCO SARL., sociedad domiciliada en Luxemburgo y constituida bajo derecho luxemburgués. AREAS se encuentra exclusivamente controlada en última instancia por un fondo de inversión gestionado por PAI Partners SAS³, sociedad domiciliada en Francia⁴.
- (28) No obstante, AREAS participa en una serie de sociedades relacionadas⁵ con el sector de la hostelería y distribución comercial que se han tenido en consideración a la hora de analizar los efectos de la operación propuesta.
- (29) El objeto social de AREAS comprende, entre otras actividades⁶, la explotación de áreas de servicio en carreteras y autopistas, aeropuertos, y estaciones ferroviarias, así como la explotación de tiendas de conveniencia o multitiendas (retail) y servicios de hostelería y restauración, incluso a bordo de cualquier medio de transporte terrestre, aéreo, ferroviario o marítimo.
- (30) La actividad de AREAS relevante a efectos de la presente notificación es la de restauración y, en particular, la restauración en espacios concesionales públicos de transporte de viajeros. En dichos espacios, AREAS gestiona y explota establecimientos mediante marcas propias de restauración, así como mediante franquicias⁷.

² Francia, Italia, Alemania, Portugal, Chile, México, República Dominicana y Estados Unidos.

³ La operación fue autorizada por la Comisión Europea en 2019 (M.9373, PAI Partners/Areas Worldwide).

⁴ Aparte del grupo AREAS, ninguna de las empresas de la cartera gestionada por PAI Partners opera en ningún mercado afectado en España.

⁵ Dichas sociedades sobre las que ostenta control son : (i) General de Restaurantes 2000, S.L. (sociedad de cartera sobre la que ostenta una participación del 100%) ; (ii) Distriareas, S.A. (empresa de distribución y comercialización de tabaco, sobre la que ostenta una participación del 100%) ; (iii) Travel Food & Retail, S.A.U.,(empresa de hostelería y distribución comercial, sobre la que ostenta una participación del 100%) ; (iv) Arco Duplo, S.A. (empresa de hostelería sobre la que ostenta una participación del 69,56%) ; (v) Areamed 2000, S.A. (gestión de áreas de servicio, empresa sobre la que ostenta una participación del 50%). Además de las mencionadas, AREAS tiene una participación indirecta del 18,97% en la sociedad CARMEN LA COMIDA DE ESPAÑA 1992, S.A., a través de Arco Duplo, S.A., que posee un 27,27%.

⁶ AREAS está activa en la gestión y explotación de máquinas vending. También gestiona [...] hoteles en áreas de servicio, pudiendo considerarse una actividad residual directamente vinculada a la propia explotación de los establecimientos de restauración en dichas áreas de servicio.

⁷ Algunas de las marcas propias representativas de la cartera de AREAS son Café, Deli&Cia, Airea, Caffriccio, La Pausa. En cuanto a franquicias, AREAS gestiona establecimientos de enseñas tales como Subway, Starbucks, Burger King.

(31) El volumen de negocios de AREAS en el ejercicio 2019 fue⁸:

Volumen de negocios de AREAS en 2019 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
>2.500	>250	>60

Fuente: Calculado por los notificantes siguiendo el artículo 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia.

V.2 ADQUIRIDA: AUTOGRILL IBERIA, S.L.U.

(32) Autogrill Iberia, S.L.U. (AUTOGRILL) es una sociedad con domicilio social en España controlada actualmente por Autogrill Europe, S.p.A., una sociedad integrada en el Grupo Autogrill y cuya sociedad dominante es Autogrill S.p.A., sociedad con domicilio social en Italia.

(33) La actividad de AUTOGRILL se centra en la explotación de establecimientos de restauración y tiendas de alimentación y conveniencia sitas en áreas de servicio de autovías y autopistas, así como en centros comerciales, aeropuertos y estaciones de ferrocarril en España⁹. Cuenta con marcas propias y además gestiona marcas de terceros en régimen de licencia o franquicia¹⁰.

(34) Según la notificante, el volumen de negocios en función de la facturación en 2019 fue¹¹.

Volumen de negocios de los AUTOGRILL en 2019 (millones de euros)		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
<2.500	<100	>60

Fuente: La notificante según el art. 5 del Reglamento de Defensa de la Competencia

⁸ El volumen de negocios de AREAS comprende el volumen de negocios de todas las sociedades que ejercen el control sobre AREAS, así como el de todas las sociedades controladas por AREAS, de conformidad con lo dispuesto en el art. 5 del RDC y la Comunicación de la Comisión sobre cuestiones jurisdiccionales.

⁹ El resto de las actividades de Autogrill son residuales, como la explotación de máquinas de vending, la explotación de [...] hoteles en áreas de servicio o la explotación de [...] establecimientos en [...] centro comercial.

¹⁰ Como Starbucks, Burger King, RIBS, Rodilla Muerde la Pasta.

¹¹ En la Unión Europea y a nivel mundial su volumen de facturación es el mismo, puesto que solo ejercen su actividad en España.

VI. MERCADOS RELEVANTES

VI.1. Mercado de producto

- (35) La operación notificada se enmarca en el sector de restauración, concretamente la restauración concesional en el ámbito de los transportes¹².

Mercado de restauración concesional

- (36) Este mercado incluye los servicios de preparación y venta de comida al público en el ámbito del transporte de viajeros (aeropuertos, estaciones de ferrocarril, estaciones marítimas, carreteras) en centros comerciales, estadios deportivos u otros centros de ocio. Se caracterizan porque el consumo de comida o bebida no es el objetivo principal del cliente que acude a este tipo de instalaciones.
- (37) Según precedentes de la Comisión Europea¹³ y nacionales¹⁴, el mercado de los servicios de restauración concesional (*concession foodservices*) se considera un mercado diferenciado del de servicios de restauración colectiva (*contract foodservices*). En este último caso, se incluirían los servicios de preparación, presentación y entrega de comida y bebida en locales para aquellos clientes que consideran esta actividad accesorio, y por eso esta actividad ha sido externalizada (cantinas de hospitales, establecimientos de enseñanza...).
- (38) Con respecto a los mercados de restauración concesional, son aquellos prestados en espacios concesionales públicos o privados, situados en núcleos o vías de comunicación (como aeropuertos, carreteras, estaciones de ferrocarril, estaciones marítimas, líneas de transporte...) o en centros comerciales, de ocio, deportivos u otros de gran afluencia de público. Quedan excluidos los servicios de restauración prestados en establecimientos abiertos al público o arrendados situados en las vías públicas¹⁵.
- (39) Desde el punto de vista de la notificante, el mercado de servicios de restauración concesional constituye un mercado *per se* y no es necesaria mayor segmentación, independientemente de la infraestructura o entorno en el que se presten los servicios, puesto que todos ellos están sujetos a procesos de licitación y, por consiguiente, están sometidos a la misma dinámica de competencia.
- (40) No obstante, de acuerdo con ciertos precedentes tanto comunitarios como nacionales¹⁶ se ha considerado la distinción del **mercado de restauración en el ámbito de transporte**, constituyendo éste un mercado separado. Además, en estos precedentes se ha analizado el mercado en función del medio o infraestructura del transporte de que se trate (áreas de servicio de autopistas,

¹² Durante el transcurso de la prenotificación, se ha estudiado el mercado de servicios de vending, si bien se ha descartado su consideración de mercado relevante, puesto que las cuotas a nivel nacional no eran elevadas y la adición era mínima [0-10]%

¹³ M.4762, Autogrill/Alpha Airports Group.

¹⁴ Resolución del Consejo de la extinta Comisión Nacional de la Competencia en relación con el expediente C/0004/07 EMESA/Áreas/Áreas Iberoamericanas.

¹⁵ Resolución del Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia de 11 de octubre de 2007 (C/0004/07, EMESA/Áreas/Áreas Iberoamericanas).

¹⁶ Comisión: M.8694 Hochtief / Abertis; y de la Comisión Nacional de la Competencia: C/0004/07 Emesa/Áreas/Áreas Iberoamericanas.

autovías y carreteras; en el sector de transporte marítimo; y en el transporte por líneas de autobús).

- (41) Resulta fundamental matizar que este mercado de restauración concesional en el sector de los transportes tiene dos dimensiones a las que ya hacen referencia expedientes comunitarios¹⁷: existe *competencia en el mercado* (la prestación de servicios) y *la competencia por el mercado* (adjudicación de las concesiones)¹⁸.
- (42) Así pues, se analizarán ambos mercados para cada uno de los medios de transporte, considerando las particularidades de cada segmento tanto por la naturaleza de la prestación de este tipo de servicios de restauración como por el procedimiento de licitación al que está sometido.
- (i) Mercado de prestación de servicios de restauración concesional según el medio de transporte: en aeropuertos, en estaciones de ferrocarril y en áreas de servicio de carreteras y autopistas¹⁹.
 - (ii) Mercado de adjudicación de concesiones de establecimientos de restauración según el medio de transporte.

(i) Mercado de prestación de servicios de restauración concesional según el medio de transporte

- En aeropuertos
- (43) En lo que respecta al sector del transporte aéreo, queda excluido el catering aéreo del mercado de los servicios de restauración concesional, puesto que la demanda es distinta en el caso el catering (proviene de las aerolíneas, no de los consumidores finales)²⁰.
- En estaciones de ferrocarril
- (44) Atendiendo al lado de la demanda, podría afirmarse que aquellas estaciones que se encuentran en el centro de las ciudades están sometidas a la presión competitiva de los establecimientos situados en las inmediaciones de dichas estaciones, lo que podría llegar a ampliar su definición sin limitarla únicamente al ámbito de restauración concesional.
- (45) No obstante, atendiendo a la oferta y a las condiciones que se imponen en los pliegos de licitaciones para la prestación de estos servicios, el mercado de prestación de servicios de restauración concesional en estaciones de ferrocarril se considerará un mercado diferenciado.

¹⁷ En línea con lo analizado por la Comisión en el caso del expediente M.8694 Hochtief / Abertis. La propia Comisión Europea reconoció en este expediente que hasta entonces en todos los precedentes se había centrado en un análisis únicamente atendiendo a la concesión de licencias de explotación.

¹⁸ Esta segmentación de mercados está en línea con precedentes nacionales y comunitarios si bien las definiciones no llegaron a cerrarse.

¹⁹ Dado que ninguna de las partes está presente en la prestación de servicios de restauración en estaciones de autobuses o terminales marítimas, los medios de transporte correspondientes a este tipo de infraestructuras no serán analizados.

²⁰ El mercado de servicios de catering aéreo ha sido analizado por el SDC en los expedientes N-07077 GATE GOURMET / DESTER HOLDING y N-07078 GATE GOURMET LUXEMBOURG/POURSHINS. Según los mencionados expedientes, los servicios de catering aéreo consisten en el suministro de comidas y bebidas a las compañías aéreas para su consumo durante los vuelos. Junto a esta actividad principal, las empresas de catering aéreo prestan una serie de servicios accesorios, tales como el transporte a/desde el avión, la carga y descarga de los productos en el avión, la manipulación y colocación de los equipos, el calentamiento de la comida, el lavado de platos, la retirada de basuras, así como la planificación del menú y el diseño y promoción de las comidas.

- En áreas de servicio de autopistas y carreteras
- (46) La Comisión Europea ha considerado que la prestación de servicios de restauración concesional en las áreas de servicio de las autopistas podría formar parte de un mercado más amplio que también abarcaría los servicios de refrescos (*refreshments services*) y la venta de productos alimentarios en las áreas de servicio e incluso otras localizaciones no limitadas a las áreas de servicio, si bien finalmente decidió dejar abierta la definición de mercado²¹. Desde el punto de vista de la notificante, esta consideración ampliaría el mercado, puesto que todos los servicios indicados serían sustitutivos para el consumidor final.
- (47) Sin embargo, también se considera la posibilidad de distinguir entre el mercado de provisión de servicios de restauración en autopistas de otras vías, utilizando como referencia otros mercados relacionados, como sería el caso del mercado de suministro de combustible al por menor para vehículos en estaciones de servicio²². Esto se debe a que, en el caso de autopistas, la demanda es más rígida.
- (48) La posibilidad de segmentación se fundamenta en la existencia de diferentes condiciones competitivas en zonas de autopistas respecto a otro tipo de entornos rurales o urbanos. Así, la demanda se encuentra cautiva en buena medida en las autopistas, ya que el atractivo de estas para los automovilistas radica en la minimización de los tiempos de desplazamiento, por lo que muchos conductores deciden no salirse de la misma para descansar, repostar o adquirir comida o bebida pudiendo hacerlo en un área de servicio colindante, ya que esto supone un coste en términos de tiempo que muchos conductores optan por evitar. Además, en el caso de las autopistas de peaje, el correspondiente pago es un desincentivo adicional para salir de la misma, pudiendo conllevar una diferencia en precios o incluso en la calidad de prestación de servicios de restauración.
- (49) En conclusión, pese a que la notificante considera que el mercado de producto relevante debería definirse como el de la restauración comercial concesional o, en su caso, en el sector de los transportes en general, se considera necesario a efectos de esta operación distinguir entre la restauración comercial concesional en infraestructuras de transporte aéreo, por ferrocarril y por carretera (diferenciando entre autopistas y carreteras convencionales) que son los segmentos en los que está presente la parte adquirida además de la adquirente y, por lo tanto, existe solapamiento.

(ii) Mercado de adjudicación de concesiones de establecimientos de restauración según el medio de transporte.

- (50) A pesar de que la notificante insiste en que el mercado de la restauración comercial concesional en el sector de los transportes comprende tanto la explotación de los establecimientos ubicados en las infraestructuras de transporte como la competencia por el mercado de adjudicación de concesiones,

²¹ Decisiones de la Comisión Europea: M.8694, Hochtief/Abertis; M.8894, ACS/Hochtief/Atlantia/Abertis Infraestructuras; M.8536, Atlantia / Abertis Infraestructuras.

²² C/0980/18 BP PETROCORNER

esta Dirección de Competencia ha solicitado información relacionada con el mercado de adjudicación de concesiones de manera aislada, en línea con ciertos precedentes tanto comunitarios²³ como nacionales²⁴, si bien es cierto que esas definiciones no llegaron a cerrarse.

- (51) En cualquier caso, tanto la restauración concesional en aeropuertos como en estaciones de ferrocarril se caracterizan por estar mayoritariamente basadas en la adjudicación de los establecimientos mediante concursos públicos de similares características y a los que, con carácter general, concurren operadores a lo largo de todo el territorio nacional. Por este motivo, la notificante sostiene que, de considerarse alguna posible segmentación en lo que respecta a la adjudicación de concesiones de establecimientos de restauración, esta debería abarcar, al menos, los medios aéreo y ferroviario. No obstante, tras analizar las diferencias existentes en las condiciones de los pliegos que se exigen en las licitaciones, se distinguirán por medio de transporte.
- (52) En lo que respecta a la restauración en carreteras, por lo general, son las operadoras de las estaciones de servicio (gasolineras) las que se presentan directamente a las licitaciones convocadas por el Ministerio de Fomento o las empresas titulares de la explotación de la carretera de que se trate. Posteriormente, las empresas de restauración contratan con dichos operadores la explotación del establecimiento de restauración, bien directamente, bien a través de un proceso de licitación privado. Por este motivo, ni la notificante ni la Sociedad Adquirida están presentes en este subsegmento del mercado.

VI.2 Mercados geográficos

- (53) En los precedentes comunitarios y nacionales relacionados²⁵ se ha considerado de manera continuada que el mercado de prestación de servicios de restauración concesional desde un punto de vista geográfico es de ámbito nacional, aunque se reconoce una tendencia a la internacionalización. Ello responde principalmente a las diferencias de legislación (en concreto, en materia de concursos públicos y regulación laboral), las preferencias nacionales (en términos de calidad, gustos culinarios y precios) y en lo relativo a la gestión de los lugares donde se localizan los puntos de prestación de estos servicios.
- (54) La notificante considera que el ámbito geográfico es superior al nacional dada la tendencia a la internacionalización de este mercado, mediante el cual grupos empresariales multinacionales pueden optar (y así lo están haciendo) a concesiones en países distintos a los de su origen, siendo además relevante que las normas reguladoras de los procesos de licitación, al menos a nivel de la Unión Europea, se hallan armonizadas²⁶.

²³ M. 6263 AELIA / Airports de Paris / JV ; M. 6723 Ferrovia / Qatar Holding / CDPQ / Baker Street / BAA

²⁴ Informe del Servicio de Defensa de la Competencia, de 15 de febrero de 2005 (N-05008, Dufry Holding/Dufry Investment/Aldeasa).

²⁵ Decisiones de la Comisión Europea: M.4762, Autogrill/Alpha Airports Group.

Resolución del Consejo de la CNC: C/0004/07, EMESA/Áreas/Áreas Iberoamericanas.

²⁶ Decisiones de la Comisión Europea en los asuntos M.4202, Charterhouse/Elior; o M.4762 Autogrill / Alpha Airports Group.

- (55) No obstante, existen precedentes más recientes de la Comisión²⁷ en los que reconoce que hasta entonces en todos los precedentes se había centrado en un análisis únicamente atendiendo a la concesión de licencias de explotación y que, por su carácter homogéneo, había sido definido como nacional. Pese a que se deja abierta la definición, distingue la consideración de hacer una segmentación según la competencia se produzca *en el mercado o por el mercado*.
- (56) Incluso en algún precedente nacional²⁸ que analizaba una operación en el sector de los aeropuertos, se consideró que el mercado geográfico de los establecimientos de restauración se limitaba al aeropuerto en el que estaban localizados (competencia *en el mercado*), si bien se definió también un mercado nacional de espacios aeroportuarios destinados a la venta minorista a viajeros y a la restauración (competencia *por el mercado*).
- (57) A la vista de lo anterior, la operación será analizada atendiendo a los diferentes niveles geográficos de cada medio de transporte:

(i) Mercado de prestación de servicios de restauración concesional según el medio de transporte

- (58) En este caso, se estudiará la restauración comercial concesional en infraestructuras de transporte en las que está presente la sociedad adquirida, es decir, aeropuertos, estaciones de ferrocarril y áreas de servicio en carreteras y autopistas, considerando para estas últimas una dimensión más amplia que la local:
- Aeropuertos
- (59) En precedentes relacionados con la distribución minorista en aeropuertos, la Comisión²⁹ ha llegado a distinguir entre la prestación de estos servicios en la zona de acceso restringido³⁰ y la zona terrestre, en la que no existen, para los consumidores, los beneficios de exención de impuestos. No obstante, estas diferencias en precios por zonas no se producen en los servicios de restauración, por lo que el mercado geográfico será considerado el propio aeropuerto.
- Ferrocarril
- (60) La notificante considera que es posible hacer una segmentación más estrecha dentro de las propias estaciones, según el tipo de viaje que demanda el cliente³¹.
- (61) No obstante, esta Dirección de Competencia va a adoptar en este segmento el mismo enfoque que en el caso de las infraestructuras aeroportuarias, dada la ausencia de diferencias en precios, considerando la dimensión geográfica de la propia estación de ferrocarril.

²⁷ Comisión: M.8694 Hochtief / Abertis

²⁸ Informe del Servicio de Defensa de la Competencia, relacionada con el expediente (N-05008, Dufry Holding/Dufry Investment/Aldeasa).

²⁹ M. 6263 AELIA / Airports de Paris / JV ; M. 6723 Ferrovial / Qatar Holding / CDPQ / Baker Street / BAA

³⁰ Zona aérea, donde sólo los pasajeros con billete pueden acceder

³¹ Zonas de tren de alta velocidad y/o larga distancia y zona de cercanías.

- Carreteras y autopistas
- (62) Para las estaciones de servicio, y en particular en el caso de las autopistas, la Comisión ha dejado abierta³² la cuestión de si el mercado es de ámbito local o nacional, si bien ha señalado que existen razones para afirmar que la dimensión es más amplia que local. Esta Dirección ha considerado la posibilidad de que el mercado sea de dimensión provincial, calculando la cuota de carreteras y autopistas de forma conjunta y segregando por tipo de vía.
- (63) No obstante, en el caso de autopistas hacer un análisis de competencia a nivel provincial parece excesivo. En primer lugar, se estarían considerando autopistas diferentes que transcurren por la misma provincia. En segundo lugar, si realmente el conductor del vehículo realizase un trayecto corto de dimensión inferior a la provincial, existe una gran atomización por la presencia de puntos de restauración en estaciones de servicio en todas las vías paralelas a los principales tramos y en las salidas, lo que representaría una alternativa real para el usuario.
- (64) Así pues, considerando la mayor rigidez de la demanda de áreas de servicio situadas en autopistas, se considerará la dimensión autonómica de este mercado.

(ii) Mercado de adjudicación de concesiones de establecimientos de restauración según el medio de transporte.

- (65) En el caso de *competencia por el mercado*, se considerará de dimensión nacional, dado que las características de las licitaciones y los servicios prestados son totalmente homogéneas y todos los operadores se presentan a licitaciones en todo el territorio nacional³³. No obstante, dadas las diferentes condiciones recogidas en los pliegos de licitación, se distinguirán las concesiones según el medio de transporte: Aeropuertos y Estaciones de Tren.

VII. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS

VII.1 Estructura de la oferta

- (66) La oferta se encuentra condicionada por la existencia de importantes competidores con presencia en varios países (SSP, Ibersol-Eat Out, McDonald's, LAGARDÈRE). Algunas de estas empresas, junto con los servicios de restauración, también prestan otros servicios tales como la venta de artículos destinados al viajero en tránsito. Esta tendencia podría permitir hablar de un mercado que abarque todos los servicios prestados en régimen concesional, dentro de instalaciones destinadas al tránsito.
- (67) En este sentido, además de AREAS y de AUTOGRILL, los principales operadores que están presentes en al menos dos segmentos son Ibersol-Eat Out, SSP, Lagardère o Cafestore, además de otros como McDonald's o Burger

³² Asunto M.8536 - Atlantia / Abertis Infraestructuras.

³³ En el asunto M.8382 - VINCI/DUFREY/LFP la Comisión manifestó que, para la competencia por la adjudicación de concesiones para la explotación de tiendas "retail" en aeropuertos, el ámbito geográfico del mercado podría abarcar, al menos, el Espacio Económico Europeo, lo que demuestra la creciente internacionalización de este tipo de servicios.

King, que también gestionan sus propios establecimientos en diversos medios de transporte, representando una cuota de mercado mucho mayor si se atiende al volumen de facturación (con respecto al número de establecimientos).

- (68) Por otra parte, el mercado de la restauración comercial concesional se caracteriza por estar sometido a limitaciones temporales y de condiciones operativas en cuanto al período de adjudicación de la concesión, pero, además, porque:
- a. en el caso de **ferrocarriles y aeropuertos**, las entidades convocantes (AENA y ADIF) controlan, mediante los pliegos de condiciones (técnicas y económicas), los parámetros competitivos esenciales, como puede ser el precio máximo al que pueden comercializar sus productos los concesionarios (en el caso de AENA) o a través del establecimiento de un mark up máximo sobre los precios de productos similares en establecimientos ubicados en zona urbana (en el caso de ADIF);
 - b. en el transporte por carretera, gran parte de los establecimientos de restauración en **áreas de servicio** son adjudicados de forma directa por el concedente de la propia área mediante un contrato privado, por lo que las condiciones dependerán en todo caso de lo que decida el operador que explota la instalación.

VII.2 Estructura de la demanda

- (69) Como ya se ha mencionado, los servicios de restauración comercial concesional se prestan directamente a los consumidores finales, quienes adquieren los alimentos y bebidas preparados y servidos por las empresas de restauración concesional.
- (70) Además, por sus características particulares de servicios prestados en establecimientos concesionales, en un mismo recinto pueden coexistir diferentes empresas prestatarias de servicios de restauración –además del *vending*- pero también otros operadores que han obtenido su concesión para la prestación de servicios distintos -como el comercio minorista- pero que pueden entrar en competencia con los primeros al vender productos que en algunos casos pueden ser considerados como sustitutivos por el consumidor.

VII.3 Barreras a la entrada y determinación de precios

- (71) La principal barrera de entrada al mercado de la restauración comercial concesional la constituye la necesidad de obtener una concesión para la prestación de los servicios por parte de la entidad convocante.
- (72) Los requisitos para poder resultar adjudicatario vienen establecidos en la normativa aplicable y en los pliegos de prescripciones administrativas (técnicos y económicos) relativas a cada licitación. En principio, cualquier empresa que cumpla con una serie de condiciones relativas a la solvencia técnica y financiera puede presentarse a los concursos.
- (73) Dado que en el mercado coexisten grandes empresas multinacionales con un número significativo de pequeñas y medianas empresas que operan a nivel local o regional, principalmente en carreteras, la notificante considera que los requisitos relativos a la capacidad financiera o la necesidad de pagar un

determinado canon no constituyen una verdadera barrera a la entrada o a la expansión en este mercado.

- (74) Las entidades concedentes (organismos o empresas gestoras de infraestructuras de transporte, como AENA o ADIF) adjudican los establecimientos mediante licitaciones, en cuyos pliegos de bases se incluyen las condiciones que regulan detalladamente las relaciones entre la entidad concedente y el concesionario, cuyo su incumplimiento puede dar lugar a la imposición de multas e incluso a la extinción de la concesión.
- (75) Estas condiciones se refieren principalmente a la necesidad de que el concesionario lleve a cabo una serie de inversiones y adecúe su política comercial a la fijada por la entidad concedente, lo que se evidencia, entre otros aspectos y como se detallará a continuación, en la determinación de los precios máximos, la línea de productos que puede ser comercializada, los horarios de apertura al público o la realización de campañas de promoción o publicidad de determinados productos o marcas.

VII.3.1 Aeropuertos

- (76) Según la categorización de los aeropuertos que realiza AENA, existen fundamentalmente dos tipos de licitaciones:
- (77) (i) Aeropuertos de primer nivel: donde aquellas empresas que superen la oferta técnica inicial (60/100 puntos) tendrán que mejorarla (80/100 puntos) y acompañarla de una propuesta económica. Finalmente se producirá una subasta entre las mejores.
- (78) (ii) Aeropuertos de segundo y tercer nivel: donde la oferta técnica debe superar los 75 y 80 puntos, respectivamente, para, posteriormente, elegir entre éstas la que ofrezca mejor propuesta económica.
- (79) Valoración de la oferta técnica:
- a. modelo de negocio (50 puntos): marcas, gama de productos, distribución de la superficie, imagen del punto de venta
 - b. Plan de inversiones (20 puntos): importe de la inversión, diseño de los locales.
 - c. Política de gestión de precios (30 puntos): lista de precios, locales espejo³⁴, carta de locales espejo, comparativas de precio con los locales espejo.
 - Obligan al licitador a realizar una propuesta de los precios por establecimiento (según el modelo de negocio y según se trate de marca propia o particular), basada en los “precios máximos autorizados”³⁵.
 - Marcas propias: debe detallar precio máximo de venta.

³⁴ Un local espejo es aquel que opera bajo el mismo concepto o marca comercial, pero se encuentra en zona urbana. En el caso de AENA, el licitante deberá detallar los precios de 3 locales espejo ubicados en el centro de la ciudad en la que se encuentre el aeropuerto.

³⁵ AENA establece en sus pliegos un listado de productos por categorías o familias (café y té, repostería y pastas, cervezas, vinos, refrescos, snacks...)

- Marcas comerciales: debe detallar los listados de precios de 3 locales espejo consensuados con AENA (que operen bajo el mismo concepto o marca comercial pero situados en zona urbana) con un porcentaje máximo de incremento de precios (generalmente, no más de un 10%). Además, si la marca opera en otro aeropuerto de AENA, debe ofrecer el mismo precio.
- (80) Con respecto a la división del contrato en lotes, existen múltiples tipos, aunque la tendencia es a fraccionar los contratos en aras de incrementar la competencia. De hecho, recientemente las licitaciones se hacen cada vez más por establecimientos individuales o en agrupaciones pequeñas de locales, especialmente en los aeropuertos de primer nivel, en los que suele haber un límite a las adjudicaciones de concursos superiores al 40% de los establecimientos con el objetivo de garantizar la competencia en los mismos.
- (81) Por último, en relación con la duración de los contratos, las concesiones en aeropuertos suelen durar entre los 4 y los 10 años, en ocasiones con prórrogas de duración limitada y, a veces, obligatorias para el adjudicatario. Además, AENA se reserva el derecho a resolver anticipadamente el contrato, exigiendo indemnizaciones en determinados supuestos previstos en los contratos.

VII.3.2 Estaciones de ferrocarril

- (82) La valoración de las ofertas que sigue ADIF tiene la siguiente estructura:
- a. Oferta Económica (75 puntos): se otorgan 75 puntos a la mayor oferta y el resto en proporción a la mejor de las ofertas.
 - b. Oferta Técnica (25 puntos): la oferta se valora sobre 100 puntos, y para superar este apartado es necesario obtener más de 75 puntos en total; a partir de ahí, se añade la puntuación otorgada en la oferta técnica a la puntuación económica.
- (83) Con respecto a la división del contrato en lotes, existen múltiples tipos, licitándose tanto establecimientos individuales como lotes compuestos por dos o más establecimientos. Cabe señalar que la tendencia durante los últimos años es hacia un menor tamaño de lotes en cada licitación, compuesto por uno o dos establecimientos, con el objetivo de fomentar la concurrencia.
- (84) Con respecto a la determinación de los precios, en casos de marcas propias, son las franquicias las que regulan los precios, permitiendo un incremento del 10-15% con respecto a los precios de establecimientos ubicados en zona urbana. En el caso de marcas comerciales, los licitadores establecen una comparativa de precios con conceptos similares ubicados en el centro de la ciudad, aplicándoles un incremento porcentual (que no suele exceder del 10-15%).
- (85) En relación con la duración de las concesiones, en general oscilan entre los 4 y los 8 años. En algunos casos se prevé una prórroga de hasta la mitad de la duración de la concesión. Además, el arrendatario puede solicitar la resolución anticipada del contrato (solicitándola con un mínimo de 6 meses de antelación) y ADIF podrá terminar unilateralmente el contrato por necesidad del servicio público ferroviario o necesidades urbanísticas.

- (86) En respuesta al requerimiento de información realizado a ADIF en el marco del análisis de esta operación de concentración, ADIF anuncia que, tras la experiencia del Covid-19, prevé variar su política de comercialización de los locales en las estaciones, basándose en una renta mínima garantizada muy baja y una variable sobre ventas con la intención de que los contratos se autorregulen, así como también prevé suavizar las condiciones de solvencia técnica exigida para fomentar la entrada en el mercado de nuevos operadores o pequeños inversores que puedan poner en marcha nuevos modelos de restauración en el ámbito de las estaciones.

VII.3.3 Carreteras y autopistas

- (87) A diferencia del resto de segmentos analizados, en el caso de la restauración en carreteras las empresas no se presentan directamente a las licitaciones convocadas por el Ministerio de Fomento (o empresas privadas que liciten), sino que licitan las petroleras que explotan las áreas de servicio y estas alcanzan acuerdos (frecuentemente como licitaciones privadas) con otras empresas para cubrir la oferta de restauración en esas áreas de servicio, sin tratarse de acuerdos con carácter exclusivo.
- (88) De hecho, muchas veces son las petroleras las que acaparan establecimientos en gestión propia y controlan a su vez las subconcesiones de restauración. Así, existen numerosas tiendas de conveniencia gestionadas por las propias gasolineras que ofrecen opciones de alimentación dentro de las propias áreas de servicio, suponiendo una importante presión competitiva para las partes, especialmente en el caso de los establecimientos tipo “Carrefour Express”. Además, cerca de un 85% de los establecimientos existentes son operados por empresas de reducido tamaño, habitualmente de carácter familiar, lo que parece probar que no existen verdaderas barreras a la entrada en este segmento de mercado.
- (89) Es importante resaltar que los pliegos en caso de autovías y autopistas públicas prevén que, en caso de que la explotación de una estación de servicio sea adjudicada a un operador (petrolero), la estación de servicio inmediatamente anterior o posterior en el mismo sentido de circulación no podrán ser adjudicadas al mismo operador (petrolero) o empresa del mismo grupo empresarial de éste. En la medida en que es habitual que, de cara a esas licitaciones, se suscriban contratos privados entre las empresas de restauración y los petroleros para presentar una oferta conjunta de gasolinera y restauración, el hecho de que un mismo petrolero no pueda resultar adjudicatario de dos áreas de servicio consecutivas condiciona también la posibilidad de que un mismo operador de restauración explote dos establecimientos de restauración consecutivos, lo que garantiza en cualquier caso un grado relevante de competencia en el mercado y una mayor oferta para los usuarios.
- (90) A lo anterior se suma que, en el caso de las autovías y autopistas, existe una gran atomización por la presencia de puntos de restauración en estaciones de servicio en todas las vías paralelas a los principales tramos y en las salidas, lo que representa una alternativa real para el usuario, especialmente en la consideración de un ámbito provincial.

VII.4 Cuotas de mercado

(i) Prestación de servicios de restauración concesional en el sector transportes

(91) 1. Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en el sector transportes en España

- En número de establecimientos

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en el sector transportes en España (en número de establecimientos)						
	2017		2018		2019	
	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%
AREAS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
AUTOGRILL	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Conjunta	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Total Mercado	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Informe Restauración en Ruta DBK 2020 – Tabla 74

En este segmento, AREAS lidera el mercado seguida del Grupo Repsol ([...] y cuota de [0-10]%), GALP ([...] y cuota de [0-10]%), SSP ([...] y cuota de [0-10]%) e Ibersol – Eat Out ([...] y cuota de [0-10]%). A continuación, estaría AUTOGRILL como el sexto operador del mercado.

- En volumen de ventas

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en el sector transportes en España (en millones de euros)						
	2017		2018		2019	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
AREAS	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
AUTOGRILL	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Conjunta	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%
Total Mercado ³⁶	1.182,5	100%	1.267,9	100%	1.283,7	100%

Fuente: Informe Restauración en Ruta DBK 2020, ADIF, AENA

Los datos están facilitados por el Informe Restauración en Ruta 2020 de DBK. Según la notificante, esto infraestima el número de establecimientos existentes en el territorio nacional y el volumen de facturación asignado a cada uno en los diferentes medios³⁷.

2. Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en aeropuertos en España

³⁶ Incluye el volumen de ventas en estaciones de autobús y marítimas, en los que las partes no están presentes, incrementando el volumen total del mercado en [...].

³⁷ Por ejemplo, no tiene en consideración la gran atomización de puntos de venta en las áreas de servicio.

- En número de establecimientos

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en aeropuertos en España (en número de establecimientos)						
	2017		2018		2019	
	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%
AREAS	[...]	[30-40]%	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%
AUTOGRILL	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Conjunta	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%
Total Mercado	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, AENA

Actualmente, AUTOGRILL explota un establecimiento menos por rescisión anticipada de un contrato. Si bien es cierto que AREAS ocupa la primera posición en el mercado, con [...] puntos de venta (seguido de SSP, con [...], y grupo Ibersol -Eat Out con [...]), la sociedad adquirida únicamente cuenta en la actualidad con [...] locales en 4 aeropuertos españoles, lo que incrementaría la cuota en poco más de un [0-10]%

- En volumen de ventas

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en aeropuertos en España (en millones de euros)						
	2017		2018		2019³⁸	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
AREAS	[...]	[40-50]%	[...]	[50-60]%	[...]	[50-60]%
AUTOGRILL	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Conjunta	[...]	[50-60]%	[...]	[50-60]%	[...]	[50-60]%
Total Mercado ³⁹	[...]	100%	[...]	100%	524,5	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, AENA

Los datos de las empresas competidoras se han extraído del Informe DBK 2020 que, de acuerdo con la notificante, están infraestimados, puesto que sus propios datos también lo están. Así, pese a que las cuotas se han calculado con datos reales de las partes, el total del mercado podría ser mayor.

³⁸ El Informe de Restauración en Ruta elaborado por DBK tiene carácter bianual y recoge los datos del año anterior. Así pues, el Informe de 2018 recoge los datos de 2017 y el informe de 2020 recoge los datos de 2019, siendo necesario que las partes estimen los datos de 2018 para lo cual se han considerado datos de 2019.

³⁹ Incluye el volumen de ventas en estaciones de autobús y marítimas, en los que las partes no están presentes, incrementando el volumen total del mercado en [...].

2.1 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en el Aeropuerto de Barcelona – El Prat (en 2019)

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en el Aeropuerto de Barcelona – El Prat (en 2019)				
	Número establecimientos		Millones de euros	
	Unidades	%	Valor	%
AREAS	15	[30-40]%	[...]	[30-40]%
AUTOGRILL	5	[10-20]%	[...]	[0-10]%
Conjunta	20	[40-50]%	[...]	[40-50]%
Total Mercado	50	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, AENA

En relación con este mercado es preciso considerar que, en 2020, dos establecimientos de AREAS llegaron a su término⁴⁰ y un establecimiento de AUTOGRILL se rescindió anticipadamente. Por consiguiente, la cuota conjunta sería actualmente de [30-40]% en número de establecimientos, siendo la cuota de AREAS del [20-30]% y de AUTOGRILL del [0-10]%, explotando como resultado 17 y, a partir de abril⁴¹, 16 establecimientos entre las dos.

Respecto a sus competidores, tras la operación Pansfood continuaría como primer operador del aeropuerto, explotando 19 establecimientos con una cuota del [30-40]%, y SSP (Select Service Partners) mantendría una presencia relevante al explotar 7 establecimientos y presentar una cuota del [10-20]%⁴².

2.2 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en el Aeropuerto de Palma de Mallorca (en 2019)

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en el Aeropuerto de Palma de Mallorca (en 2019)				
	Número establecimientos		Millones de euros	
	Unidades	%	Valor	%
AREAS	24	[60-70]%	[...]	[70-80]%
AUTOGRILL	3	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Conjunta	27	[70-80]%	[...]	[80-90]%
Total Mercado	36	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, AENA

⁴⁰ Uno de ellos está todavía sin adjudicar debido a la situación del Covid-19.

⁴¹ Un establecimiento está explotado en prórroga forzosa hasta abril de 2021.

⁴² El resto de competidores explotan un solo local, cuota del [0-10]%. Plataforma Logística 2000, McDonalds, Serhs Food Area, Premiere Alimentación, Enrique Tomás, UTE Alejandro Javier Serra – Luis Salvado Morelló.

En este aeropuerto hay que considerar que una de las tres concesiones de AUTOGRILL acaba de vencer en octubre de 2020⁴³, resultando actualmente, por tanto, una adición de dos locales, que representan una adición del [0-10]%. Además, todas las concesiones de AREAS vencen en 2022.

Con respecto a sus principales competidores, en este aeropuerto participan:

- SSP, [...]
- Airfoods, [...]
- Lagardere y Burger King, [...]

2.3 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en el Aeropuerto de Gran Canaria (en 2019)

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en el Aeropuerto de Gran Canaria (en 2019)				
	Número establecimientos		Millones de euros	
	Unidades	%	Valor	%
AREAS	-	-	-	-
AUTOGRILL	3	[10-20]%	[...]	[20-30]%
Conjunta	3	[10-20]%	[...]	[20-30]%
Total Mercado	19	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, AENA

En este caso, al no estar presente la adquirente, se produce un cambio de control de los establecimientos de la adquirida, por lo que no se produce ninguna modificación de la estructura competitiva del mercado.

2.4 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en el Aeropuerto de Santander (en 2019)

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en el Aeropuerto de Santander (en 2019)				
	Número establecimientos		Millones de euros	
	Unidades	%	Valor	%
AREAS	-	-	-	-
AUTOGRILL	2	100%	[...]	100%
Conjunta	2	100%	[...]	100%
Total Mercado	2	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, AENA

⁴³ Las otras dos, en 2025.

En este caso, al no estar presente la adquirente, se produce un cambio de control de los establecimientos de la adquirida, por lo que no se produce ninguna modificación de la estructura competitiva del mercado.

3. Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en Estaciones de Ferrocarril en España

- En número de establecimientos

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en Estaciones de Ferrocarril en España (en número de establecimientos)						
	2017		2018		2019	
	Uds	%	Uds	%	Uds	%
AREAS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
AUTOGRILL	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Conjunta	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
Total Mercado	[...]	100%	[...]	100%	495	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, ADIF

- En volumen de ventas

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en Estaciones de Ferrocarril en España (en millones de euros)						
	2017		2018		2019	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
AREAS	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
AUTOGRILL	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%
Conjunta	[...]	[40-50]%	[...]	[40-50]%	[...]	[50-60]%
Total Mercado ⁴⁴	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, ADIF

⁴⁴ Incluye el volumen de ventas en estaciones de autobús y marítimas, en los que las partes no están presente, incrementando el volumen total del mercado en [...].

La notificante resalta que el Informe Restauración en Ruta de DBK no refleja los numerosos establecimientos que existen en estaciones de menos de 500.000 pasajeros y representan un volumen de negocios muy relevante. Según las estimaciones de las partes, el tamaño total del mercado de restauración concesional en estaciones de ferrocarril sería de 172 millones de euros y la cuota de AREAS y AUTOGRILL sería del [10-20]% y [10-20]%, respectivamente. Por tanto, de acuerdo con las estimaciones de la notificante, la cuota conjunta por número de establecimientos sí rondaría el [10-20]% mientras que el volumen por facturación sería inferior al [30-40]%.

3.1 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la Estación de Madrid - Atocha (en 2019)

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la Estación de Madrid - Atocha (en 2019)				
	Número establecimientos		Millones de euros	
	Unidades	%	Valor	%
AREAS	2	[0-10]%	[...]	[0-10]%
AUTOGRILL	13	[60-70]%	[...]	[60-70]%
Conjunta	15	[70-80]%	[...]	[70-80]%
Total Mercado	21	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, ADIF

Para el caso de esta estación, hay que considerar que de las 13 concesiones con las que cuenta AUTOGRILL, 8]vencen en 2021⁴⁵⁴⁶.

Sus competidores son: Dolcemanía, Air Foods, Café de la Estación, Comida Regional y Oscar Mayer.

3.2 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la Estación de Madrid - Chamartín (en 2019)

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la Estación de Madrid - Chamartín (en 2019)				
	Número establecimientos		Millones de euros	
	Unidades	%	Valor	%
AREAS	1	[0-10]%	[...]	[0-10]%
AUTOGRILL	4	[30-40]%	[...]	[40-50]%
Conjunta	5	[40-50]%	[...]	[50-60]%
Total Mercado	12	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, ADIF

⁴⁵ [...]

⁴⁶ Las 5 concesiones restantes vencen en 2024, (tienen una duración de 10 años): [...]

De los 12 establecimientos existentes, 7] seguirían siendo explotados por competidores: un establecimiento cada uno (cuota [...]), siendo éstos: Ibersol (Eat Out), Dolcemanía, Neocroissant, LLaollao, Navelgas, Vía 22, Zielou.’

Actualmente, uno de los establecimientos de la estación está cerrado (LlaoLlao), por lo que la cuota conjunta por número de establecimientos en 2020 del [40-50]%, con una adición de cuota de [30-40]% que presenta AUTOGRILL.

3.3 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la Estación de Sevilla – Santa Justa (en 2019)

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la Estación de Sevilla – Santa Justa (en 2019)				
	Número establecimientos		Millones de euros	
	Unidades	%	Valor	%
AREAS	1	[20-30]%	[...]	[20-30]%
AUTOGRILL	3	[60-70]%	[...]	[30-40]%
Conjunta	4	[80-90]%	[...]	[60-70]%
Total Mercado	5	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, ADIF

En esta estación, hay que considerar que un establecimiento de AUTOGRILL (Café Expresso) vence a finales de este mes de diciembre⁴⁷.

Su único competidor es McDonalds que representa una cuota de mercado por volumen de ventas [...]

3.4 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la Estación de Bilbao (en 2019)

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la Estación de Bilbao (en 2019)				
	Número establecimientos		Millones de euros	
	Unidades	%	Valor	%
AREAS	-	-	-	-
AUTOGRILL	1	[10-20]%	[...]	[0-10]%
Conjunta	1	[10-20]%	[...]	[0-10]%
Total Mercado	6	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, ADIF

⁴⁷ [...]se ha prolongado la explotación de este establecimiento hasta marzo de 2021.

En esta estación no se produce solapamiento sino un cambio de control de los establecimientos de la Adquirida, que pasarían a estar gestionados por AREAS, sin que se modifique la estructura competitiva del mercado.

3.5 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la Estación de Córdoba- Los Califas (en 2019)

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la Estación de Córdoba- Los Califas (en 2019)				
	Número establecimientos		Millones de euros	
	Unidades	%	Valor	%
AREAS	-	-	-	-
AUTOGRILL	3	[70-80]%	[...]	[80-90]%
Conjunta	3	[70-80]%	[...]	[80-90]%
Total Mercado	4	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, ADIF

En esta estación no se produce solapamiento sino un cambio de control de los establecimientos de la adquirida, que pasarían a estar gestionados por AREAS, sin que se modifique la estructura competitiva del mercado.

3.6 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la Estación de Vitoria (en 2019)

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la Estación de Vitoria (en 2019)				
	Número establecimientos		Millones de euros	
	Unidades	%	Valor	%
AREAS	-	-	-	-
AUTOGRILL	1	100%	[...]	100%
Conjunta	1	100%	[...]	100%
Total Mercado	1	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, ADIF

En esta estación no se produce solapamiento sino un cambio de control de los establecimientos de la adquirida, que pasarían a estar gestionados por AREAS, sin que se modifique la estructura competitiva del mercado.

4. Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en Áreas de Servicio en carreteras y autopistas en España

- En número de establecimientos

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en Áreas de Servicio en carreteras y autopistas en España (en número de establecimientos)						
	2017		2018		2019	
	Unidades	%	Unidades	%	Unidades	%
AREAS	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
AUTOGRILL	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...] ⁴⁸	[0-10]%
Conjunta	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Total Mercado	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020

- En volumen de ventas

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en Áreas de Servicio de carreteras y autopistas en España (en millones de euros)						
	2017		2018		2019	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
AREAS	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
AUTOGRILL	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%
Conjunta	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%
Total Mercado ⁴⁹	[...]	100%	[...]	100%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020

4.1 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en Áreas de Servicio de carreteras y autopistas por provincias

- En número de establecimientos

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional de áreas de servicio en carreteras y autopistas - número de establecimientos (en 2019)								
Provincias	AREAS		AUTOGRILL		Cuota conjunta		Total mercado	
	Uds	%	Uds	%	Uds	%	Unidades	%
Burgos	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Tarragona	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Navarra	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	100%
Guipúzcoa	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Castellón	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Valencia	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	100%
Alicante	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	100%
Cuenca	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	100%
Madrid	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	100%

- En volumen de ventas

⁴⁸ Nótese que Autogrill explota en la actualidad un establecimiento menos de los indicados, por rescisión anticipada de uno de los contratos.

⁴⁹ Incluye el volumen de ventas en estaciones de autobús y marítimas, en los que las partes no están presente, incrementando el volumen total del mercado en [...].

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional de áreas de servicio en carreteras y autopistas – millones de euros (en 2019)								
Provincias	AREAS		AUTOGRILL		Cuota conjunta		Total mercado	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Burgos	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Tarragona	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[20-30]%	[...]	100%
Navarra	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Guipúzcoa	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Castellón	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Valencia	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Alicante	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Cuenca	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Madrid	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%

Como ya se ha comentado, existen diferencias en términos de rigidez de demanda que permiten diferenciar el segmento de mercado de autopistas del de otras carreteras sin peaje.

4.2 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional de áreas de servicio en carreteras por provincias

- En número de establecimientos

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional de áreas de servicio en <u>carreteras</u> - número de establecimientos (en 2019)								
Provincias	AREAS		AUTOGRILL		Cuota conjunta		Total mercado	
	Uds	%	Uds	%	Uds	%	Uds	%
Burgos	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Tarragona	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	100%
Castellón	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	[...]	100%
Valencia	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	100%
Alicante	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	100%
Madrid	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	100%
Cuenca	-	-	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	100%

- En Volumen de ventas

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional de áreas de servicio en <u>carreteras</u> – millones de euros (en 2019)								
Provincias	AREAS		AUTOGRILL		Cuota conjunta		Total mercado	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Burgos	[...]	[10-20]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	20,9	100%
Tarragona	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	15,4	100%
Castellón	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	20,9	100%
Valencia	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	52,2	100%
Alicante	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	19,5	100%
Madrid	[...]	[0-10]%	[...]	[0-10]%	[...]	[10-20]%	30,8	100%
Cuenca	-	-	[...]	[10-20]%	[...]	[10-20]%	18,8	100%

Fuente: Estimaciones internas de la notificante. Informe Restauración en Ruta DBK 2020, ADIF

4.3 Mercado de prestación de servicios de restauración concesional de áreas de servicio en autopistas por CCAA

- En número de establecimientos

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional de áreas de servicio en <u>autopistas</u> - número de establecimientos (en 2019)								
CCAA	AREAS		AUTOGRILL		Cuota conjunta		Total mercado	
	Uds	%	Uds	%	Uds	%	Unidades	%
País Vasco	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[40-50]%	[...]	100%
Navarra	[...]	[20-30]%	[...]	[20-30]%	[...]	[50-60]%	[...]	100%

Fuente: Estimaciones de la notificante; Informe Restauración en Ruta DBK.

- En volumen de ventas

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional de áreas de servicio en <u>autopistas</u> – millones de euros (en 2019)								
CCAA	AREAS		AUTOGRILL		Cuota conjunta		Total mercado	
	valor	%	valor	%	valor	%	valor	%
País Vasco	[...]	[30-40]%	[...]	[20-30]%	[...]	[60-70]%	8,9	100%
Navarra	[...]	[30-40]%	[...]	[30-40]%	[...]	[60-70]%	3,8	100%

A nivel autonómico es preciso resaltar que estas áreas de servicio compiten con otros establecimientos situados en la misma autopista que transcurren por otras CCAA próximas como es el caso de Navarra y País Vasco (mutuamente) o la Rioja. Este argumento se vería reforzado en el caso de las CCAA afectadas, dado que se trata de CCAA de extensión relativamente reducida (en el caso de Navarra coinciden el ámbito autonómico y provincial) si se comparan con otras CCAA españolas.

(ii) Adjudicación de concesiones de establecimientos de restauración en medios de transporte según el número de licitaciones ganadas en España⁵⁰:

Mercado	2017			2018			2019		
	Cuota resultante	Adición	Total	Cuota resultante	Adición	Total	Cuota resultante	Adición	Total
Aeropuertos	[50-60]%	[20-30]%	8	[40-50]%	[40-50]%	40	[50-60]%	[0-10]%	24
FFCC	[50-60]%	[50-60]%	2	[50-60]%	[30-40]%	9	[80-90]%	[0-10]%	7

La volatilidad de las cuotas de las partes pone de manifiesto que el hecho de que el propio funcionamiento de este mercado de restauración sea concesional hace que las cuotas puedan fluctuar notablemente de un año para otro, existiendo por tanto una competencia dinámica y no estática.

VIII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN SIN COMPROMISOS

- (92) La operación de concentración económica proyectada consiste en la adquisición por parte de AREAS del 100% de las acciones de AUTOGRILL, obteniendo el control exclusivo.
- (93) La operación de concentración propuesta afecta principalmente al mercado de los servicios concesionales de restauración y, en particular, a los del ámbito de transportes de viajeros. Si bien las partes están activas en otras actividades de carácter residual (como, por ejemplo, los servicios de vending), la operación refuerza notablemente la posición de AREAS en el: (i) Mercado de prestación de servicios de restauración concesional según el medio de transporte: en aeropuertos, en estaciones de ferrocarril y en áreas de servicio de carreteras y autopistas y (ii) Mercado de adjudicación de concesiones de establecimientos de restauración según el medio de transporte, distinguiendo entre estaciones de tren y aeropuertos.
- (94) Con respecto al **mercado de adjudicación de concesiones**, las cuotas resultantes son elevadas. No obstante, si se analiza su evolución durante los últimos 3 años, se observa cómo la adición sigue una tendencia decreciente, llegando a ser [0-10]% la cuota de la adquirente en el año 2019. Además, el hecho de que el propio funcionamiento de este mercado de restauración sea concesional hace que las cuotas puedan fluctuar notablemente de un año para otro, existiendo por tanto una competencia dinámica y no estática. Así pues, se observa que pueden darse cuotas conjuntas menores con adiciones notables o

⁵⁰ El total es el número de licitaciones en ese año.

cuotas más altas sin que exista adición alguna (adquirente con cuota nula)⁵¹. Adicionalmente, tal y como manifiesta la notificante, en aeropuertos y estaciones de ferrocarril existe una tendencia a un menor tamaño de lotes en cada licitación, lo que incrementa la competencia.

- (95) Si se atiende al **mercado de restauración concesional en medios de transporte**, éste se encuentra altamente atomizado por todo el territorio nacional, con un número muy relevante de operadores de mediano tamaño que controlan más del 75% de los establecimientos existentes en España. Así, AREAS figura como el primer operador por número de establecimientos y facturación si bien su cuota de mercado asciende a un [0-10]% (en volumen) y a un [20-30]% (en valor). Por lo que respecta a AUTOGRILL, se estima que su cuota de mercado sería cercana al [0-10]% (en volumen) y [0-10]% (en valor), situándose como quinto operador por número de establecimientos.
- (96) Si se segmenta el mercado nacional distinguiendo los diferentes medios de transporte, se observa, en primer lugar, que muchas de esas cuotas se alcanzan con una adición mínima: (i) en el caso de aeropuertos en España⁵², la cuota conjunta por número de establecimientos (superior al [40-50%]) y en volumen de ventas (superior al [50-60]%) es alcanzada con una adición inferior al un [0-10]% en ambos casos; (ii) en el caso de estaciones de ferrocarril a nivel nacional, la cuota conjunta en número de establecimientos se encuentra en torno al [10-20]%, si bien la adición es inferior al [0-10]% mientras que en volumen de ventas adquiere una cuota superior al [50-60]%) y, en este caso, la adición es notable [20-30]% y (iii) en el mercado que engloba autopistas y carreteras a nivel nacional, las cuotas son, en número de establecimientos, inferiores al [0-10]% y en volumen de ventas al [20-30]%
- (97) Así pues, considerando un ámbito geográfico de dimensión nacional, el mercado de servicios de restauración concesional en estaciones de ferrocarril es el que presenta una mayor alteración en su estructura competitiva, debido a que la cuota conjunta ([50-60]%) se alcanza con una adición relevante ([20-30]%)
- (98) No obstante, tal y como alega la notificante, el Informe Restauración en Ruta de DBK, utilizado para dicho cálculo, no refleja los establecimientos que existen en estaciones de menos de 500.000 pasajeros. Desde el punto de vista de la notificante, éstas representan un volumen de negocios muy relevante, por lo que las cuotas a nivel nacional están sobrestimadas. Además, el 80% de las concesiones que explotan ambas partes ([...] en AREAS y [...] en AUTOGRILL) vencerán durante los próximos 4 años y medio, lo cual deja abierta la posibilidad de que terceros tengan acceso al mercado.
- a) Concesiones en Áreas de Servicio
- (99) Haciendo un análisis más profundo en los mercados más estrechos previamente definidos, la operación permite ampliar la actividad de la

⁵¹ Véase tabla inmediatamente anterior. Por ejemplo, en la adjudicación de concesiones en estaciones de tren en 2018: [50-60]% cuota conjunta con un [30-40]% adición, mientras que en estaciones de tren en 2019: [80-90]% AREAS y [0-10]% Autogrill. Ocurre algo similar en aeropuertos [...]

⁵² Es el caso del sector transportes en general y según el medio de transporte a nivel nacional (adición inferior al [0-10]% en número de establecimientos).

adquirente en el transporte por carretera (con cuotas resultantes reducidas por ámbito provincial) y autopistas, con cuotas resultantes a nivel autonómico de [60-70]% en las Comunidades Autónomas de Navarra y País Vasco (adición de del [30-40]% y [30-40]% respectivamente).

- (100) Sin embargo, con respecto a las cuotas en el sector de restauración concesional en autopistas, hay que tener en cuenta los siguientes factores. Por un lado, cerca de un 85% de los establecimientos existentes son operados por empresas de reducido tamaño, habitualmente de carácter familiar. Por ello, tal y como afirma la notificante, el Informe de DBK infraestima el mercado debido a la imposibilidad de calcular datos de facturación de negocios pequeños.
- (101) Adicionalmente, tal y como recuerda la Comisión Europea, el grado de sustituibilidad de los puntos de venta de servicios de restauración concesional decrece a medida que aumenta la distancia al punto de venta, lo que hace que los puntos de venta distantes dentro de un mismo mercado geográfico local compiten menos estrechamente. Esto es relevante puesto que los pliegos de autovías y autopistas públicas prevén que, en caso de que la explotación de una estación de servicio sea adjudicada a un operador (petrolero), la estación de servicio inmediatamente anterior o posterior en el mismo sentido de circulación no podrán ser adjudicadas al mismo operador (petrolero) o empresa del mismo grupo empresarial de éste, lo cual dificulta que las áreas de servicios que están seguidas sean explotadas por los mismos.
- (102) Además, a lo largo de la red de carreteras de España, las propias gasolineras gestionan tiendas de conveniencia, como Carrefour Express y, por último, es preciso mencionar que, en los próximos tres años, el 80% de los contratos de áreas de servicio de autopista llegarán a su vencimiento, por lo que no cabe esperar que como resultado de la operación se vea afectada la competencia en este mercado.

b) Concesiones en Aeropuertos y estaciones de ferrocarril

- (103) La operación refuerza asimismo la presencia de AREAS en el mercado de prestación de servicios de restauración en el sector de otros transportes, en particular en el aeropuerto de Barcelona – El Prat (con una cuota resultante para 2019 de en torno al [40-50]% por número de establecimientos y volumen de ventas, y con adición del [10-20]% y del [0-10]%, respectivamente) y de forma especialmente notable en el aeropuerto de **Palma de Mallorca** (con una cuota resultante del [70-80]% por número de establecimientos y [80-90]% por volumen de ventas, y una adición de [0-10] y [0-10]% respectivamente); así como en las estaciones de tren de Atocha (con cuota resultante de entorno al [70-80]% tanto por número de establecimientos como por volumen de ventas, y una adición del [60-70]%), **Chamartín** (cuota resultante del [40-50]% y [50-60]% y adición de [30-40]% y [40-50]% en número de establecimientos y volumen de ventas, respectivamente) y **Sevilla** (cuota resultante de [80-90]% y [60-70]% y adición del [60-70]% y [30-40]% por número de establecimientos y volumen de ventas, respectivamente) siendo en estos casos las cuotas de la adquirida más relevantes que las de la adquirente.
- (104) En particular, con respecto al mercado de servicios de restauración concesional en aeropuertos, hay que considerar que en el aeropuerto de

Santander y de Gran Canaria no se produce solapamiento, sino que está activa únicamente la adquirida y, como consecuencia, se producirá un cambio de control de estos establecimientos, sin que se altere la estructura competitiva de estos mercados.

- (105) En el caso del Aeropuerto de Barcelona – El Prat, la notificante señala que la cuota conjunta actual de 2020 es inferior a la analizada para el ejercicio de 2019, siendo en número de establecimientos inferior al [30-40]% con una adición del [0-10]%. Además, existe un competidor que seguiría estando a la cabeza del mercado, incluso por encima de la cuota conjunta de las partes (Pansfood con una cuota del [30-40]%).
- (106) Del mismo modo, en el Aeropuerto de Palma de Mallorca, con datos de 2020, la adición sería únicamente de 2 establecimientos⁵³ (y no tres, como en 2019) sobre un total de 36 locales de restauración existentes en el aeropuerto.
- (107) También es importante atender a las condiciones de licitación de AENA, de acuerdo con la notificante. Por un lado, la política de gestión de precios representa un 30% de la valoración de la oferta técnica, así que no existirán incentivos a presentar ofertas con precios elevados.
- (108) Por otro, AENA recoge en sus pliegos unos precios máximos autorizados por categoría de producto. Además, aquellos restaurantes que estén presentes bajo la misma marca en otros aeropuertos, deben ofrecer los mismos precios. Por el contrario, el resto de las marcas comerciales deben ofrecer precios con un incremento máximo del 10% con respecto a los ya mencionados “locales espejo”.
- (109) De acuerdo con la notificante, resulta especialmente relevante, además, tener en cuenta que las adjudicaciones están limitadas al 40% del total de establecimientos⁵⁴ de cada aeropuerto, con el objetivo de garantizar la competencia en los mismos y que, si bien las concesiones en aeropuertos suelen durar entre 4 y 10 años, AENA se reserva el derecho a resolver anticipadamente el contrato.
- (110) En relación con mercado de servicios de restauración concesional en estaciones de ferrocarril, las estaciones de Bilbao, Córdoba y Vitoria no presentan ningún solapamiento, sino que únicamente está presente la adquirida, produciéndose un cambio de control que no altera la estructura competitiva de esos mercados.
- (111) Con respecto a las estaciones que presentan cuotas más elevadas, la notificante describe determinados factores que resultan relevantes para el análisis.
- (112) Por lo que respecta a la estación de Madrid – Atocha, en este mercado todas las concesiones de AUTOGRILL vencen en 2022. Además, podría existir cierta presión competitiva al tratarse de una estación céntrica en la ciudad, con

⁵³ Aunque [...]

⁵⁴ AENA aclara que no se trata de una cuota máxima sobre el total de establecimientos del aeropuerto, sino sobre el total de las licitaciones que salen cada vez en los aeropuertos denominados “de primer nivel”.

multitud de establecimientos de restauración en las inmediaciones de la estación que ejercerían cierta presión competitiva según AREAS.

- (113) En el caso de la estación de Madrid – Chamartín, AREAS solo tiene un único establecimiento al que se adicionarían los 4 de AUTOGRILL, quedando 7 de los 12 establecimientos existentes en la estación explotados por competidores. Además, se han convocado las primeras licitaciones para obras de reforma de la estación de Chamartín para la ampliación del vestíbulo de la estación, lo que, de acuerdo con información requerida a ADIF, supondrá un incremento de los espacios de restauración a medio y largo plazo.
- (114) Por último, la estación de Sevilla – Santa Justa tiene 6 establecimientos en total, y uno de los 3 establecimientos de AUTOGRILL vence a finales de este año 2020. Por tanto, la cuota conjunta de las partes sería la misma que la cuota de la parte adquirida en la actualidad. Además, uno de sus competidores es McDonald's que representa una cuota de mercado por volumen de ventas del [...]
- (115) Asimismo, es preciso destacar que ADIF pretende aumentar la restauración concesional en estaciones de ferrocarril como plan para incrementar sus ingresos, lo que aumentará previsiblemente el número de establecimientos y la competencia en un mercado en el que cada vez están más presentes competidores como Lagardere, SSP, Airfoods o Ibersol – Eat Out.
- (116) Según la notificante, también es importante atender a las condiciones de licitación de ADIF. Así, la tendencia durante los últimos años es hacia un menor tamaño de lotes en cada licitación, compuesto por uno o dos establecimientos. Y si bien existen una serie de concesiones que están vigentes desde hace más de una década, la notificante confirma que la duración de las concesiones más recientes oscila entre los 4 y los 8 años, lo que constituye una mejoría en lo que respecta al acceso al mercado desde un punto de vista dinámico.
- (117) Por último, los precios que ofrecen estos establecimientos son uno de los criterios de valoración para discriminar entre las distintas ofertas recibidas por ADIF a la hora de adjudicar locales para restauración concesional. Esto, unido a que los precios se definen con un incremento del 10-15% respecto a los establecidos en locales similares pero situados en zona urbana, implica que una cuota elevada no debería conllevar incentivos a una subida de precios que pudiese afectar negativamente a los consumidores.
- (118) En conclusión, la operación supone el refuerzo de AREAS en los mercados de prestación de servicios de restauración concesional alcanzándose, en particular, una posición muy relevante en los aeropuertos de Barcelona – El Prat y Palma de Mallorca, en las estaciones de tren de Atocha, Chamartín y Sevilla – Santa Justa, y en el caso de carreteras y autopistas de Navarra y País Vasco.
- (119) No obstante, en particular para el caso de carreteras y autopistas existen, tal y como se ha descrito, una serie de factores mitigantes del refuerzo de la entidad resultante, como: (i) la presencia de grandes competidores en estos mercados (por ejemplo, SSP, Grupo Ibersol -Eat Out Group-, Lagardère, McDonald's, Burger King, Cafestore, Exit además de las marcas propias de las

comercializadoras de combustibles en las autopistas); (ii) la vida media de las concesiones que asegura una competencia por el mercado cada cierto tiempo; y (iii) la proximidad del vencimiento de las concesiones de las áreas de servicio de la entidad resultante y el porcentaje de concesiones en general que deberán ser nuevamente licitadas en los próximos años (80% en áreas de servicio de autopistas en los próximos 3 años)).

- (120) En el caso del Aeropuerto de Barcelona, es necesario atender a las menores cuotas actuales de 2020 (inferior al [30-40]%) con respecto al año anterior, y considerar que existe un tercer competidor que continuaría siendo líder en este mercado con una cuota del [30-40]%.
- (121) Por tanto, la Dirección de Competencia considera que la operación de concentración notificada podría afectar negativamente y de forma significativa a la competencia efectiva en los mercados de prestación de servicios de restauración concesional en el sector transportes, en concreto en: (i) Aeropuerto de Palma de Mallorca; (ii) Estación de Madrid – Atocha; (iii) Estación de Madrid – Chamartín y (iv) Estación de Sevilla – Santa Justa.
- (122) La principal razón es que, a pesar de las consideraciones que se han expuesto, las partes presentan elevadas cuotas en las localizaciones mencionadas y, siendo cierto el carácter dinámico de la competencia en el mercado de restauración concesional en el ámbito de transportes, no existe garantía de que, una vez vencidos los contratos de explotación de las partes, estas cuotas no se mantendrán o que, incluso, se verán incrementadas ante próximos vencimientos de locales actualmente explotados por terceros o nuevas licitaciones fruto de las obras de reforma que ADIF planea llevar a cabo en las estaciones de Atocha y Chamartín, reforzando todavía más la posición de AREAS en estos mercados.
- (123) En este sentido, sí que parece posible que la explotación de un mayor número de establecimientos en cada una de estas instalaciones dote de ventaja a la notificante a la hora de concursar en éstos y otros nuevos establecimientos que salgan a concurso, suponiendo una barrera de acceso a terceros competidores y, por tanto, conllevando un potencial efecto restrictivo sobre la competencia efectiva de la operación de concentración notificada.
- (124) En virtud de lo anterior, esta Dirección estima que la operación de concentración, en ausencia de compromisos o condiciones, encaminados a resolver los problemas identificados en los distintos mercados afectados, obstaculizaría el mantenimiento de la competencia efectiva en dichos mercados.

IX. COMPROMISOS PROPUESTOS

- (125) AREAS presentó, con fecha 11 de diciembre de 2020, una propuesta de compromisos, de conformidad con lo previsto en el artículo 59 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y en el artículo 69 del Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia que se resumen a continuación:

1. Compromisos en el Aeropuerto de Palma de Mallorca

- (126) Tras la Operación Propuesta, la cuota conjunta de las partes alcanzaba un [70-80]% en número de establecimientos ([60-70]% de AREAS y un [0-10]% de AUTOGRILL). El contrato relativo a uno de los 3 establecimientos explotados por AUTOGRILL (Starbucks) tenía un vencimiento previsto para el 31 de octubre de 2020. Sin embargo, ha sido prorrogado [...] hasta [...] de enero de 2021⁵⁵.

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en el Aeropuerto de Palma de Mallorca – número de establecimientos				
	ACTUAL		TRAS COMPROMISOS⁵⁶	
	Unidades	%	Unidades	%
AREAS	24	[60-70]%	24	[60-70]%
AUTOGRILL	3	[0-10]%	1	[0-10]%
Conjunta	27	[70-80]%	25	[60-70]%
Total Mercado	36	100%	36	100%

- (127) La notificante propone los siguientes compromisos:

(i) Al vencimiento del contrato que regula la explotación del establecimiento “Starbucks” en enero de 2021, AREAS se compromete a no presentar oferta a la próxima licitación convocada por AENA para la explotación de dicho local, de forma que se garantice la entrada de un nuevo operador.

(ii) Adicionalmente, AREAS se compromete a obtener, en el primer trimestre de 2021, la resolución anticipada del contrato relativo al local “RIBS” actualmente explotado por AUTOGRILL, cuyo contrato expiraría en abril de 2025, así como a no presentar oferta a la próxima licitación convocada por AENA respecto del mismo establecimiento, para garantizar la entrada de un nuevo operador.

(iii) Además, AREAS se compromete a no presentar ninguna oferta a licitaciones que puedan incrementar la cuota [60-70]% hasta 2024.

- (128) Así, con posterioridad al primer trimestre de 2021, la notificante únicamente adquiriría el control sobre un establecimiento (“Beaudevin”), con el objetivo de poder garantizar gran parte de los puestos de trabajo de los empleados contratados por la Sociedad Adquirida en los otros dos establecimientos, en atención el contexto de grave crisis que atraviesa el sector como consecuencia de la pandemia del COVID-19. Por tanto, la operación conllevaría únicamente la adición de un establecimiento en este aeropuerto, lo que supone un incremento de cuota de mercado muy limitado, del [0-10]%, hasta el [60-70]% y un total de 25 establecimientos (sobre 36). Además, AREAS no concurriría a las nuevas licitaciones de dos de los establecimientos de AUTOGRILL, que se abrirían a la competencia.

⁵⁵ Con el objetivo de garantizar el mantenimiento del empleo durante la preparación de la nueva licitación.

⁵⁶ Nótese que, tras la operación, AUTOGRILL estará integrado en AREAS. El motivo de la segregación entre establecimientos explotados por AREAS y AUTOGRILL tras los compromisos es meramente aclaratorio, para distinguir qué sociedad era la encargada de explotar los diferentes locales hasta que la operación tenga lugar.

- (129) Adicionalmente, debe tenerse en cuenta que, de cara a las nuevas licitaciones que AENA convoque para la explotación de estos locales, AREAS estará sujeto a las limitaciones establecidas en los pliegos de AENA, que restringen considerablemente la posibilidad de que un operador resulte adjudicatario de más del 40% de los espacios totales que se licitan⁵⁷.

2. Compromisos en la Estación de ferrocarril de Madrid - Atocha

- (130) Tras la Operación Propuesta, la cuota conjunta de las partes alcanzaba un [70-80]% en número de establecimientos (adición del [60-70]% de AUTOGRILL).

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la estación de tren Madrid – Atocha (número de establecimientos)				
	ACTUAL		TRAS COMPROMISOS	
	Unidades	%	Unidades	%
AREAS	2	[0-10]%	1	[0-10]%
AUTOGRILL	13	[60-70]%	12	[50-60]%
Conjunta	15	[70-80]%	13	[60-70]%
Total Mercado	21	100%	21	100%

- (131) La notificante propone los siguientes compromisos:

(i) AREAS se compromete a obtener, en el primer trimestre de 2021, la resolución anticipada del contrato relativo a uno de sus 2 establecimientos (Wonkandy/Sweet Market), cuya fecha de vencimiento estaba prevista para septiembre de 2022.

(ii) AREAS se compromete a no presentarse a la futura licitación convocada con respecto al establecimiento “La Barrila I”, actualmente gestionado por AUTOGRILL, tras la expiración de la concesión el 31 de octubre de 2021, garantizando la entrada de un nuevo operador.

(iii) AREAS se compromete a no superar, hasta el 2024, la cuota de mercado en volumen actual de AUTOGRILL en la estación de Madrid-Atocha.

- (132) Como resultado de dichos compromisos, la Operación no supondría ninguna adición de cuota para AREAS, toda vez que pasaría a gestionar el mismo número de establecimientos que actualmente explota AUTOGRILL (13), con una cuota del [60-70]% en volumen.

- (133) Adicionalmente, dos locales (uno actualmente operador por AREAS y otro operado por AUTOGRILL) quedarían abiertos a la competencia.

3. Compromisos en la Estación de ferrocarril de Madrid – Chamartín

⁵⁷ La presencia actual de AREAS en este aeropuerto ya sería tomada en consideración por AENA a los efectos de las futuras licitaciones.

- (134) Tras la Operación Propuesta, la cuota conjunta de las partes alcanzaba un [40-50]% en número de establecimientos ([30-40]% de AUTOGRILL y un [0-10]% de AREAS).

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la estación de tren Madrid – Chamartín (número de establecimientos)				
	ACTUAL		TRAS COMPROMISOS	
	Unidades	%	Unidades	%
AREAS	1	[0-10]%	1	[0-10]%
AUTOGRILL	4	[30-40]%	4	[30-40]%
Conjunta	5	[40-50]%	5	[40-50]%
Total Mercado	11	100%	11	100%

- (135) La notificante propone los siguientes compromisos:

(i) AREAS se compromete a no presentarse a ningún concurso convocado para la explotación de establecimientos de restauración que actualmente existen en la estación de Madrid- Chamartín hasta el 2024, asegurando hasta entonces el mantenimiento de la estructura competitiva existente en la actualidad.

(ii) AREAS se compromete, en relación con licitaciones que se refieran a nuevos establecimientos de restauración en la estación de Madrid- Chamartín fruto de las reformas previstas que presumiblemente aumentarán el número de locales disponibles, a no superar hasta el 2024 la cuota de mercado conjunta en volumen actual.

4. Compromisos en la Estación de ferrocarril Sevilla – Santa Justa

- (136) Tras la Operación Propuesta, la cuota conjunta de las partes alcanzaba un [70-80]% en número de establecimientos ([20-30]% de AREAS y un [60-70]% de AUTOGRILL). El contrato relativo a uno de los 3 establecimientos explotados por AUTOGRILL (Café Expresso) tenía un vencimiento previsto para el 31 de diciembre de 2020, pero [...] prórroga hasta marzo de 2021.

Mercado de prestación de servicios de restauración concesional en la estación de tren Sevilla – Santa Justa (número de establecimientos)				
	ACTUAL		TRAS COMPROMISOS	
	Unidades	%	Unidades	%
AREAS	1	[20-30]%	1	[20-30]%
AUTOGRILL	3	[60-70]%	2	[40-50]%
Conjunta	4	[80-90]%	3	[60-70]%
Total Mercado	5	100%	5	100%

- (137) La notificante propone los siguientes compromisos:
- (i) Al vencimiento del contrato que regula la explotación del establecimiento “Café Espresso” en marzo de 2021, AREAS se compromete a no presentar oferta a la próxima licitación que convoque ADIF para explotar dicho local, a fin de garantizar la entrada de un nuevo operador.
 - (ii) Adicionalmente, AREAS se compromete a no incrementar su cuota de mercado tras compromisos hasta 2024⁵⁸.
- (138) Como resultado de lo anterior, la cuota conjunta de AREAS y la Sociedad Adquirida ascendería al [60-70]%, es decir, AREAS pasaría a ocupar la posición de AUTOGRILL, explotando un total de 3 establecimientos, y se produciría la entrada de un nuevo operador (o, alternativamente, uno de los ya activos incrementaría su presencia en la estación) gracias al compromiso presentado por AREAS.

Duración de los compromisos

- (139) Exceptuando los compromisos que se harán efectivos al vencimiento efectivo de la concesión o terminación anticipada de los contratos (que tendrán lugar en 2021), el compromiso por parte de AREAS de garantizar una cuota máxima en estos mercados o no presentarse a licitaciones que pudiesen rebasar una determinada cuota, expirarán el 1 de enero de 2024. Por último, la notificante se ha comprometido a presentar prueba del cumplimiento de los compromisos en cualquier momento a requerimiento de la CNMC.

X. VALORACIÓN DE LOS COMPROMISOS

X.1 Consideraciones previas

- (140) Con carácter previo al análisis de la suficiencia o no de los compromisos presentados por AREAS, S.A.U, con fecha 11 de diciembre de 2020, para resolver los obstáculos para la competencia efectiva planteados por la operación de concentración AREAS / AUTOGRILL, es necesario hacer determinadas consideraciones generales sobre los objetivos del control de concentraciones.
- (141) De conformidad con el artículo 59 de la LDC, cuando de una concentración puedan derivarse obstáculos para el mantenimiento de la competencia efectiva, las partes notificantes, por propia iniciativa o a instancia de la CNMC, pueden proponer compromisos para resolverlos.
- (142) La LDC atribuye a la Dirección de Competencia la competencia para valorar estos remedios y al Consejo de la CNMC, la competencia para resolver sobre los mismos, preservando la posibilidad de que la CNMC establezca condiciones si se considera que los compromisos presentados no son adecuados para resolver los problemas de competencia detectados.

⁵⁸ Este compromiso tendría efecto en caso de que el establecimiento que libera AREAS quede desierto o se adjudique y sea resuelto anticipadamente, o en caso de que el establecimiento actualmente explotado por un tercero (McDonalds) se rescinda anticipadamente, así que AREAS se compromete a no presentar ninguna oferta para la concesión de estos establecimientos antes de 2024.

- (143) Este modelo permite conjugar la salvaguardia de las condiciones de competencia en el mercado con el máximo respeto a los principios de proporcionalidad y mínima intervención por parte de la autoridad a la hora de condicionar las operaciones de concentración.
- (144) En relación con la proporcionalidad, es importante recordar que los posibles remedios no deberían ir más allá de los problemas ocasionados por la operación notificada, dado que su objetivo no es redefinir la estructura de las empresas o de los mercados con el fin de resolver problemas de competencia preexistentes o ajenos a la operación. Si bien ello no significa que los problemas de competencia preexistentes no puedan ser objeto de remedios en la medida que la operación de concentración agrave los mismos.
- (145) Con carácter general, resulta preferible que la CNMC opte por los compromisos ofrecidos, siempre que sean adecuados, frente a la posibilidad legal de imponer condiciones porque, al haber sido ofrecidos de manera voluntaria, se facilita la ejecución y vigilancia de estos.
- (146) De acuerdo con el apartado 9 de la Comunicación de la Comisión relativa a las soluciones admisibles en operaciones de concentración⁵⁹, *“los compromisos deberán eliminar enteramente los problemas de competencia y deberán ser completos y efectivos desde todos los puntos de vista. Por otra parte, los compromisos deberán poder ser ejecutados de manera efectiva en un breve plazo, ya que las condiciones de competencia del mercado no se mantendrán hasta que se hayan cumplido los compromisos”*.

X.2. Problemas de competencia sobre los que se centran los compromisos

- (147) El artículo 69.5 del RDC establece que los compromisos presentados en primera fase solo podrán ser aceptados cuando el problema de competencia detectado sea claramente identificable y pueda ser fácilmente remediado.
- (148) En este sentido, los problemas de competencia han sido claramente identificados y delimitados por esta Dirección a la hora de valorar la operación en ausencia de compromisos.
- (149) Los principales problemas se encontrarían en los mercados de prestación de servicios concesionales de restauración en el ámbito del sector transportes, concretamente en: (i) Aeropuerto de Palma de Mallorca; (ii) Estación de ferrocarril de Madrid – Atocha; (iii) Estación de ferrocarril de Madrid-Chamartín; (iv) Estación de ferrocarril de Sevilla – Santa Justa.
- (150) En estos mercados las cuotas resultantes de las partes tras la operación son muy elevadas. Además, si bien la notificante insiste en el carácter dinámico del mercado concesional que podría conllevar que esta posición reforzada de AREAS tuviese únicamente carácter transitorio, desde el punto de vista de esta Dirección de Competencia no existe razón para asumir que la cuota de mercado, una vez se produzcan los vencimientos de los contratos de explotación de los establecimientos que gestionará AREAS tras la operación, se verá necesariamente reducida. De hecho, tras producirse el vencimiento de

⁵⁹ Comunicación de la Comisión relativa a las soluciones admisibles con arreglo al Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo y al Reglamento (CE) nº 802/2004 de la Comisión.

los contratos de establecimientos explotados por terceros, estas cuotas podrían verse incluso incrementadas si AREAS resulta adjudicataria de alguno de ellos.

- (151) El hecho de que AENA y ADIF vayan a acometer de forma inminente obras de reforma en las infraestructuras mencionadas, tampoco minora automáticamente el efecto anticompetitivo que podría tener la operación en las localizaciones identificadas, puesto que un mayor número de establecimientos que se saquen a concurso podría hacer que AREAS reforzase todavía más su posición en alguno de los mercados.
- (152) Además, el mero hecho de explotar los locales que posteriormente saliesen a concurso, dadas las condiciones de valoración de ofertas recogidas en los pliegos, podría dotar de ventaja a AREAS para ganar los concursos de nuevo, suponiendo una barrera de acceso a terceros competidores y, por tanto, restringiendo potencialmente la competencia efectiva en el mercado.
- (153) Con el fin de resolver dichos problemas, la notificante ha presentado los compromisos expuestos anteriormente.

X.3 Valoración de los compromisos

- (154) Esta Dirección considera que los compromisos presentados remedian los problemas de competencia derivados de la elevada cuota resultante en determinadas localizaciones como consecuencia de la operación, así como de un posible futuro reforzamiento, consecuencia de la adjudicación de nuevas licitaciones en favor de la notificante y, por tanto, solventan los problemas relativos a una posible desventaja para terceros competidores a la hora de intentar acceder o crecer en el mercado de restauración concesional a través de los establecimientos que se encuentran en el Aeropuerto de Palma de Mallorca y las estaciones de ferrocarril de Madrid-Atocha, Madrid-Chamartín y Sevilla-Santa Justa.
- (155) Así, con la intención de reducir su cuota de mercado resultante tras la operación en aquellos segmentos de mercado con cuotas más acusadas, la notificante ha propuesto (i) resolver anticipadamente ciertos contratos vigentes en el primer trimestre de 2021 (un local en el aeropuerto de Palma de Mallorca y otro local en la estación de Madrid – Atocha) y (ii) en caso de vencimiento próximo, no volver a presentar ninguna oferta en la licitación de ciertos locales (un local en el Aeropuerto de Palma de Mallorca que vence en enero de 2021, un local en Atocha que vence en octubre de 2021 y un local en la estación de Sevilla que vence en marzo de 2021). De esta forma, se liberarán antes de que termine 2021 un total de cinco establecimientos que actualmente pertenecen a las partes.
- (156) Adicionalmente, con el objetivo de facilitar el acceso a terceros, la notificante se compromete a no superar la cuota conjunta resultante tras la operación y tras la aplicación de los compromisos inmediatamente mencionados, durante un período de tres años, hasta el 1 de enero de 2024.
- (157) Así, en el **Aeropuerto de Palma de Mallorca**, cuando los compromisos se hagan efectivos (la resolución anticipada del contrato de un establecimiento que actualmente explota AUTOGRILL durante el primer trimestre de 2021 y la no presentación de ninguna oferta al establecimiento cuya explotación vence en

enero de 2021), la notificante sólo contará con la explotación adicional de un único establecimiento de los que actualmente explota la adquirente.

- (158) Esto se traduce en un incremento de cuota muy reducido, con un solo establecimiento adicional de un total de 36 existentes en el aeropuerto, representando un incremento de cuota de únicamente el [0-10]%. Así, AREAS pasará de tener una cuota individual de [60-70]% a una cuota resultante conjunta del [60-70]% a partir del primer trimestre de 2021, liberando dos establecimientos a los que, de acuerdo con AENA, tendrán acceso terceros competidores.
- (159) No obstante, AENA advierte que una de esas licitaciones (RIBS) podría quedar desierta. Además, con la nueva licitación, se contempla la posibilidad de que la renta a ofrecer pudiese ser más reducida respecto a la recogida actualmente por el contrato de AREAS, lo que conllevaría una disminución de ingresos para AENA en el local, que representa actualmente un [CONFIDENCIAL] de las rentas totales que obtiene del aeropuerto de Mallorca. Además, con respecto al local correspondiente a Starbucks, AREAS realiza un compromiso de no presentarse a una licitación que ya ha sido adjudicada a Lagardere en 2019, por lo que dicho compromiso carece de efecto.
- (160) En todo caso, aquellas empresas a las que se les ha requerido información en el marco del test de mercado han manifestado que, salvando excepciones que pudieran producirse por la anómala situación del Covid-19, en principio estarían interesadas en solicitar la explotación de estos establecimientos. Así lo confirman Select Service Partner, S.A. e Ibersol (Eat Out)
- (161) Por otra parte, habrá 9 locales que actualmente están explotados por terceros y saldrán a concurso antes de 2024 además de los 12 establecimientos explotados por las partes que vencen en 2022 y otro en 2023. Con el objetivo de evitar un refuerzo mayor de la entidad resultante, AREAS se ha comprometido a no presentar ninguna oferta a ninguna licitación que pueda suponer un incremento de cuota sobre la resultante ([60-70]%) en este mercado hasta 2024.
- (162) **En la Estación de ferrocarril de Madrid – Atocha**, cuando los compromisos se hagan efectivos (la resolución anticipada del contrato de uno de los dos establecimientos que explota AREAS actualmente durante el primer trimestre de 2021, así como la no presentación de oferta a un establecimiento actualmente gestionado por AUTOGRILL que vence el 31 de octubre de 2021), la notificante se quedaría con una cuota conjunta igual a la que ostenta actualmente la adquirida, con lo cual la operación de facto no modificará la estructura competitiva de la estación.
- (163) No obstante, de acuerdo con las previsiones de ADIF, esos dos locales que quedarían liberados no serían sometidos a nuevas licitaciones debido a las obras de reforma de la Estación.
- (164) En todo caso, AREAS se compromete a no superar hasta el 2024 la cuota del [60-70]% (cuota actual de AUTOGRILL), así que no podría volver a presentarse a la concesión de explotación de estos establecimientos en dicho período, quedando garantizado el acceso a otras empresas que, de acuerdo con el test

de mercado, tienen interés en presentarse a dichas licitaciones. De hecho, uno de los competidores de las partes en este mercado afirma que la operación conlleva un efecto neutro en la competencia, debido al carácter dinámico del mercado de concesiones que puede conllevar a cuotas elevadas de forma transitoria.

- (165) Además, según los nuevos criterios ya mencionados que ADIF prevé aplicar tras la experiencia del Covid-19⁶⁰, las condiciones de acceso al mercado serán más asequibles para competidores que no tengan necesariamente una presencia tan fuerte en el mercado.
- (166) **En la Estación de ferrocarril de Madrid – Chamartín**, la cuota conjunta de las partes es más reducida en comparación con el resto de los mercados identificados como aquellos en los que la operación plantea problemas de competencia. Además, la adición es de un único establecimiento de AREAS a los 4 que explota AUTOGRILL, quedando más de la mitad de los locales gestionados por terceros. Así pues, en este caso AREAS se compromete a no presentarse a ningún concurso convocado para la explotación de establecimientos de restauración que actualmente existen en la estación hasta 2024.
- (167) Debe señalarse, no obstante, que el compromiso de que la cuota de mercado conjunta ([40-50]% de los locales) nunca será superada hasta 2024 aunque aumenten los locales disponibles tras las obras planificadas por ADIF para dicha estación, no tendrá realmente efecto, puesto que ADIF confirma que no planea nuevas licitaciones durante ese período con motivo de las obras de reforma y ampliación que va a llevar a cabo en la estación. Ahora bien, ante la perspectiva de modificación de los criterios de las licitaciones, todo apunta a que cuando el mayor número de locales fruto de la remodelación esté en disposición de someterse a licitaciones, la mayor facilidad de acceso a terceros competidores ante una relajación de las condiciones de licitación potenciará la competencia por el mercado lo que, unido al carácter más moderado de la cuota resultante en esta estación, permite mitigar los efectos de la operación en esta localización.
- (168) Por último, **en la Estación de Sevilla – Santa Justa**, cuando llegue en marzo de 2021 el vencimiento de uno de los 3 locales explotados actualmente por AUTOGRILL, AREAS se compromete a no presentar ninguna oferta a la próxima licitación que convoque ADIF para este local. En este caso, ADIF sí que confirma que, durante [CONFIDENCIAL] 2021, este local va a salir a concurso. Teniendo en cuenta las nuevas condiciones que plantea ADIF para sus licitaciones tras el impacto del COVID-19, parece razonable asumir que, dado el interés manifestado por los competidores en el test de mercado realizado, un tercer competidor podrá acceder a la explotación de este local. En tal caso, la cuota resultante será idéntica a la que tenía la adquirida por lo que no se modificará la situación competitiva en este mercado como resultado de

⁶⁰ ADIF prevé variar su política de comercialización de los locales en las estaciones, basándose en una renta mínima garantizada muy baja y un variable sobre ventas con la intención de que los contratos se autorregulen, así como también prevé suavizar las condiciones de solvencia técnica exigida para fomentar la entrada en el mercado de nuevos operadores o pequeños inversores que puedan poner en marcha nuevos modelos de restauración en el ámbito de las estaciones

la operación. Además, AREAS se compromete a que, en caso de que este establecimiento liberado anticipadamente se quede desierto o salga a concurso de nuevo antes de 2024, o se rescinda anticipadamente el establecimiento que actualmente explota McDonalds con un vencimiento hasta 2027, AREAS no presentará ninguna oferta a ninguno de estos dos establecimientos antes de 2024.

- (169) Con objeto de verificar la adecuación y eficacia de los compromisos planteados para resolver los problemas detectados, con fecha 11 de diciembre de 2020, la Dirección de Competencia envió requerimientos de información a terceros competidores con la intención de obtener información sobre la idoneidad de los compromisos y, muy especialmente, conocer las posibilidades reales de terceros competidores de reforzar su posición en el mercado, confirmando, en su caso, su predisposición a presentarse a las nuevas licitaciones que puedan adjudicarse en el futuro. También se requirió, adicionalmente, información a ADIF y a AENA para confirmar que aquellos establecimientos con rescisión anticipada van a ser ofrecidos a terceros a través de nuevas licitaciones, puesto que existen planes de reformas tanto en terminales de ferrocarril como en aeropuertos que podrían conllevar el cierre de los establecimientos y, como consecuencia, suprimir las licitaciones, dejando por tanto los compromisos ineficaces de facto.
- (170) Así, tanto ADIF y AENA como la mayoría de las empresas competidoras en estos mercados particularmente afectados por la operación, consideran los compromisos razonables.
- (171) Así mismo, estos locales que queden liberados antes de tiempo son de interés para varios competidores que han manifestado que, en caso de que la situación actual lo permita (no sólo el Covid-19 sino también las obras de reforma de las diferentes infraestructuras), presentarán ofertas para estas licitaciones.
- (172) De acuerdo con la mayoría de los competidores a los que se les requirió información, la operación tiene un “efecto neutro sobre la competencia”, en tanto que la cuota resultante tiene carácter temporal y, al vencimiento de las concesiones que explotan, no necesariamente se mantendrá, aludiendo al carácter dinámico de la competencia en este mercado.
- (173) Prueba de la existencia de presión competitiva de otros operadores es el hecho de que en 2019 AREAS se presentó a 2 concursos en la estación de Atocha y no ganó ninguno⁶¹. Asimismo, AUTOGRILL no obtuvo ninguna concesión en aeropuertos ni estaciones de ferrocarril en todo el año 2019, por lo que la operación no supone adición de cuota en este mercado de competencia por las concesiones.
- (174) A la vista de lo anterior, cabe concluir que el conjunto de los compromisos presentados por AREAS, el 11 de diciembre de 2020, resulta, en opinión de la Dirección de Competencia, suficiente y proporcionado para compensar los problemas de obstaculización de la competencia efectiva derivados de la operación de concentración AREAS / AUTOGRILL.

⁶¹ Siendo Neucroissant y Rodilla las adjudicatarias.

Horizonte temporal de los compromisos propuestos

- (175) Estos remedios necesariamente deben tener un carácter temporal, en otro caso, serían medidas regulatorias indefinidas que la CNMC no está habilitada para establecer a través del mecanismo de control de concentraciones.
- (176) Asimismo, los compromisos deben garantizar que se pueda introducir una dinámica competitiva suficiente como para que una vez expiren los mismos, se mantenga esa dinámica competitiva que compense los efectos negativos derivados de la operación de concentración.
- (177) Así pues, esta Dirección de Competencia ha analizado, a través del test de mercado realizado a ADIF y a AENA si, efectivamente, existen probabilidades razonables de que se realicen nuevas licitaciones hasta 2024, momento en que finalizaría la vigencia de los compromisos, puesto que, de lo contrario, los compromisos no tendrían *de facto*, efecto alguno.
- (178) Tanto ADIF como AENA han confirmado que tanto los establecimientos cuyo contrato de explotación vence próximamente, como aquellos resueltos anticipadamente por las partes serán sometidos a nuevas licitaciones lo antes posible, así como aquellos locales cuya explotación venza antes de 2024, haciendo que los compromisos tengan efecto procompetitivo. No obstante, existen las siguientes excepciones ya mencionadas:
- (i) En la estación de Madrid – Chamartín no se espera que vaya a haber nuevas licitaciones antes de 2024 por la actuación de las obras de ampliación y remodelación previstas. De hecho, durante este periodo, la mayoría de los establecimientos de restauración permanecerán cerrados. En todo caso, la cuota resultante de las partes en este mercado es más moderada (del [40-50]%).
- (ii) Lo mismo ocurre con la estación de Atocha pero las obras que se van a realizar no tienen una duración prevista tan extensa, afirmando ADIF que a partir de 2022 se prevé licitar los locales comerciales creados, puesto que la estación dispondrá de un mayor número de espacios.
- (179) Todo lo anterior, dado el tipo de compromisos propuestos para la resolución de los problemas de competencia derivados de la operación de concentración notificada, permite a la CNMC supervisar de forma cercana y rápida el cumplimiento de estos remedios y los posibles efectos que la operación genere en el mercado.

XI.PROPUUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia se propone **autorizar la concentración subordinada al cumplimiento de los compromisos presentados por la notificante en fecha 11 de diciembre de 2020**, en aplicación del artículo 57.2.b) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Por otra parte, teniendo en cuenta la práctica de la CNMC y lo establecido en la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03), esta Dirección de Competencia considera que en el presente caso, van más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada y no deberán considerarse necesarias ni accesorias, quedando por tanto sujetas a la normativa general aplicable a los pactos entre empresas, las siguientes restricciones:

- En relación con el ámbito geográfico de la cláusula de competencia, lo que excede el área de influencia de los servicios de restauración de cada medio de transporte.
- En relación con el ámbito temporal de la Cláusula de Confidencialidad, de No Captación y de No Competencia, lo que excede a los dos años de la Comunicación;
- Y en relación con el ámbito material de la Cláusula de no Competencia, las inversiones puramente financieras que no confieran a los socios directa o indirectamente funciones de dirección o una influencia.
- la obligación del comprador de confidencialidad.