



## INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

**N-07002**

**ORIZONIA / CONDOR VACACIONES**

Con fecha 9 de enero de 2007 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición por parte de ORIZONIA CORPORACIÓN (en adelante ORIZONIA), a través de su filial OPERADORES VACACIONALES S.L., del control exclusivo sobre CONDOR VACACIONES S.A. (CONDOR VACACIONES).

Dicha notificación ha sido realizada por OPERADORES VACACIONALES según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en el artículo 14.1 b). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

Asimismo, se añade: "Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal".

De acuerdo con lo estipulado en el artículo 15.2 de la Ley 16/1989, la notificante solicita que, en el caso de que el Ministro de Economía resuelva remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia, se levante la suspensión de la ejecución de la operación.

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **9 de febrero de 2007**, inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

### **I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

La operación notificada consiste en la adquisición por parte de ORIZONIA del control exclusivo de CONDOR VACACIONES.

La operación se articula mediante un acuerdo de compraventa de fecha 29 de diciembre de 2006, en virtud del cual OPERADORES VACACIONALES S.L., filial al 100% de ORIZONIA, adquiere la totalidad del capital social de CONDOR VACACIONES.

Finalmente, cabe resaltar que la ejecución de la operación está condicionada a la autorización de la operación por parte de las autoridades de competencia de Portugal<sup>1</sup> y España.

<sup>1</sup> La operación está pendiente de autorización por las autoridades de competencia portuguesas.



## **II. RESTRICCIONES ACCESORIAS**

### **II.1. Cláusula de no competencia**

El acuerdo firmado entre las partes contempla una cláusula de no competencia (estipulación 8.2 del contrato) por la que, durante un período de [menos de 3 años] años desde la fecha de ejecución del contrato, los vendedores se comprometen a no desempeñar actividades profesionales por cuenta propia o ajena que estén en competencia con las actividades desarrolladas por CONDOR VACACIONES.

### **II.2. Cláusula de confidencialidad**

Asimismo, en la estipulación 8.3, se establece una cláusula de confidencialidad según la cual los vendedores se comprometen a mantener secretos todos los conocimientos técnicos y de mercado resultantes de su relación con CONDOR VACACIONES, durante un período de [menos de 3 años].

### **II.3. Valoración**

El apartado 5 del artículo 15.bis de la Ley 16/1989 establece que “podrán entenderse comprendidas dentro de una operación determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”.

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente relacionadas y necesarias para las operaciones de concentración (2005/C56/03), se considera que en el presente caso la duración y contenido de las cláusulas de no competencia y confidencialidad no van más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada considerándose, por tanto, como parte integrante de la operación.

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

De acuerdo con la notificante, la operación no entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas.

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

## **IV. EMPRESAS PARTÍCIPES**

### **IV.1. “ORIZONIA CORPORACIÓN” (ORIZONIA)**

ORIZONIA es un grupo empresarial con sede en Palma de Mallorca, que se encuentra activo en la prestación de servicios turísticos. Tiene su origen en la división no hotelera del GRUPO IBEROSTAR, fundado en 1930 y controlado por la familia Fluxá hasta julio de 2006<sup>2</sup>.

Actualmente, el grupo ORIZONIA está controlado por la sociedad matriz [...], que se encuentra, a su vez, bajo el control conjunto de The Carlyle Group (fondo de inversión) y de Vista Desarrollo S.A., filial del Grupo Banco Santander Central Hispano<sup>3</sup>.

<sup>2</sup>En la operación M.4262 CARLYLE/VISTA/TURMED, la Comisión Europea autoriza la adquisición del control conjunto por parte de Vista Desarrollo y Carlyle Group de la división no hotelera de GRUPO IBEROSTAR, que pasa a denominarse ORIZONIA CORPORACIÓN.



ORIZONIA controla un conjunto de sociedades que prestan distintos servicios turísticos:

- (i) agencias de viajes mayoristas (touroperador), a través de las marcas: “Iberojet”, “Solplan”, “Víamed”, “Iberski”, “Turavia<sup>4</sup>” y “Vivatours<sup>5</sup>”. Estos servicios son prestados por un grupo de filiales al 100% de ORIZONIA, entre las que se encuentra la empresa notificante, OPERADORES VACACIONALES, SLU;
- (ii) agencia de viajes minorista, a través de las redes de agencia “VIAJES IBERIA” y el portal de internet Viajar.com<sup>6</sup>.
- (iii) transporte aéreo chárter, a través de las compañías “IBERWORLD” y “ORBEST<sup>7</sup>”.
- (iv) cruceros, para lo cual cuenta con la plena titularidad de los buques “Grand Mistral” y “Grand Voyager”.

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

Volumen de ventas de ORIZONIA <sup>8</sup>			
(millones euros)			
	2003	2004	2005
Mundial	[>5.000]	[>5.000]	[>5.000]
Unión Europea	[>250]	[>250]	[>250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación

#### IV.2 “CONDOR VACACIONES SA” (CONDOR VACACIONES)

CONDOR VACACIONES es una agencia de viajes mayorista (touroperador) fundada en 1986 que ofrece a sus clientes distintos tipos de productos básicos como circuitos turísticos regulares con destino a Europa, estancias en Disneyland Resort París, grupos especiales y excursiones opcionales. CONDOR VACACIONES comercializa sus productos a través de agencias de viajes minoristas de terceras compañías.

CONDOR VACACIONES se encuentra bajo el control exclusivo de la familia Millán<sup>9</sup>.

<sup>3</sup> Según [www.hosteltur.com](http://www.hosteltur.com), el accionariado del grupo ORIZONIA se lo reparten Carlyle ([...]), Vista Capital ([...]), ICG ([...]) y el equipo directivo ([...])

<sup>4</sup> Ver Expediente N-03003 sobre la adquisición por parte del Grupo IBEROSTAR del 100% de las acciones de TURAVIA CLUB, S.A., propiedad de VIAJES BARCELÓ, S.L.

<sup>5</sup> Ver expediente N-03078 sobre la adquisición del control exclusivo de TOUROPERADOR VIVA TOURS, S.A. por parte de VIAJES IBEROJET, S.A., mediante la adquisición del 51% de su capital social a IBERIA LÍNEAS AÉREAS DE ESPAÑA, S.A.

<sup>6</sup> Según la notificante, Viajar.com está en el grupo ORIZONIA desde el 29 de septiembre de 2006.

<sup>7</sup> Según la notificante, ORBEST es un proyecto empresarial en fase de desarrollo que tiene por objeto la prestación de servicios de transporte aéreo chárter desde Lisboa hacia Brasil, República Dominicana y México.

<sup>8</sup> Según la notificante, estas cifras constituyen una mera proyección efectuada a los efectos de la notificación al SDC de la presente operación, toda vez que en ninguno de los ejercicios que se indican ORIZONIA estaba bajo el control de estos grupos.

<sup>9</sup> Dicha familia es propietaria de una agencia de viajes minorista, “Millán Travel” que, según la notificante, queda fuera del perímetro de la operación notificada.



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

<b>Volumen de ventas de CONDOR VACACIONES (millones euros)</b>			
	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
Mundial	[<5.000]	[<5.000]	[<5.000]
Unión Europea	[<250]	[<250]	[<250]
España	[>60]	[>60]	[>60]

Fuente: Notificación

## **V. MERCADOS RELEVANTES**

### **V.1. Mercado de producto**

La operación objeto del presente análisis afecta con carácter general al sector turístico y, en particular, al negocio de la distribución de servicios turísticos a través de agencias de viajes al por mayor<sup>10</sup>.

Se conoce como agencia de viajes mayorista a aquella empresa dedicada a la organización de toda clase de servicios y paquetes turísticos por propia iniciativa que son comercializados a través de las denominadas agencias minoristas. La actividad de los mayoristas, touroperadores u organizadores, se encuentra constituida fundamentalmente por el diseño, organización, comercialización y operativa de viajes y productos turísticos originados por la combinación de diferentes servicios, ofertándolos por un precio global preestablecido.

En el caso de la operación notificada, tanto ORIZONIA como CONDOR VACACIONES actúan como touroperadores de carácter emisor generalista, centrándose su oferta en paquetes turísticos vacacionales. No obstante, ORIZONIA CORPORACIÓN está verticalmente integrado, actuando tanto en mercados ascendentes (suministro de servicios de transporte aéreo y cruceros), como descendentes (agencias de viajes minoristas).

Con referencia a una posible diferenciación dentro del mercado mayorista, de acuerdo con la Decisión de la Comisión de 22 de septiembre de 1999, por la que se declaró incompatible con el mercado común la concentración AIRTOURS/FIRST CHOICE (Asunto nº IV/M.1524), cabría considerar tres segmentos de viajes combinados, atendiendo a la distancia entre origen y destino: destino en España; destinos cercanos fuera de España y destinos lejanos fuera de España.

Siguiendo tal análisis, referido en el citado asunto a las características del sector turístico británico, los elementos que diferenciarían cada uno de estos mercados de producto serían, fundamentalmente, el tiempo medio de vuelo para unos u otros destinos, el nivel de precios de

<sup>10</sup> Ver, entre otras, las Decisiones de la Comisión correspondientes a los asuntos nº IV/M.229 THOMAS COOK/LTU/WEST; IV/M.564 HAVAS VOYAGES/AMERICAN EXPRESS; IV/M.867 WAGON LITS/CARLSON; IV/M.988 MAERKS/DFDS; y IV/M.1524 AIRTOURS/FIRST CHOICE, así como los informes del Servicio correspondientes a los expedientes: N-03003 IBEROSTAR/TURAVIA CLUB, N-03006 GLOBALIA/VIAJES ECUADOR, N-03031 TEINVER/TIEMPO LIBRE, N-03078 IBEROJET/VIVA TOURS; y N-04010 VIAJES IBERIA/TUI ESPAÑA.



cada destino, la sustituibilidad desde el lado de la oferta y el grado de intercambiabilidad en cuanto al tipo de avión que se usan en rutas a destinos cercanos o lejanos<sup>11</sup>.

En opinión de la notificante, no obstante, para el mercado emisor español todos los destinos o productos pueden ser vendidos para las vacaciones. Según su experiencia, cuando el precio de un paquete de larga distancia, por ejemplo al Caribe, se reduce por diferentes motivos, muchos viajeros con la idea de ir a Canarias optan por comprar una estancia en el Caribe. En otras ocasiones, una oferta de agencias de viajes a Canarias desvía y atrae muchos pasajeros de diferentes destinos, tanto de Costas, como de Baleares o de fines de semana en Europa.

En realidad, los destinos y diferentes productos competirían entre ellos en función de las temporadas y del precio. De igual forma, circunstancias puntuales como la cotización favorable de una moneda, la coyuntura internacional o la existencia de catástrofes naturales son factores que pueden desviar una parte importante del tráfico entre diferentes destinos, pudiendo incluso llegar a duplicar sus ventas o a hacerlas prácticamente nulas. También pueden concurrir limitaciones técnicas por capacidades aéreas u hoteleras produciendo modificaciones en la oferta a la venta.

Desde este punto de vista, ORIZONIA considera que las agencias de viajes mayoristas configuran un único mercado ya que todos los destinos luchan por llevarse la elección que toma el cliente final respecto al lugar donde disfrutará de sus vacaciones.

En conclusión, en opinión de la notificante, existiría un único mercado emisor incluyendo toda una cartera de destinos vacacionales que compiten entre ellos en mayor o menor medida en las diferentes temporadas.

En atención a todo lo anterior, este Servicio, atendiendo a los precedentes nacionales, este Servicio analizará la incidencia de la operación notificada en el mercado de agencias mayoristas o touroperadores en su conjunto.

Por otra parte, habida cuenta de la posición de la adquirente en mercados verticalmente relacionados, es preciso hacer referencia a la presencia de ORIZONIA en tales mercados.

Así, por lo que respecta al mercado minorista de agencias de viajes, ORIZONIA cuenta con una red compuesta de 550 puntos de venta, que opera en España con el nombre comercial de "VIAJES IBERIA"<sup>12</sup>. Por su parte, Viajar.com es un portal de Internet que actúa como intermediario entre las agencias de viaje mayoristas y el cliente final para la promoción y venta de distintos servicios y productos turísticos. En todo caso, la cuota del grupo ORIZONIA en el mercado de agencias de viaje minoristas es inferior al 10%.

Por lo que respecta al mercado de suministro a operadores turísticos de servicios de transporte aéreo (chárter), ORIZONIA cuenta con su propia compañía chárter, IBERWORLD AIRLINES, S.A.<sup>13</sup>. La flota de dicha compañía se compone de diez aviones [...], tres aviones

<sup>11</sup> Doctrina ratificada, para el caso del mercado británico de organización de viajes combinados, por la Sentencia de 6 de junio de 2002 del Tribunal de Primera Instancia de las Comunidades Europeas.

<sup>12</sup> La mayor parte de los productos que comercializa VIAJES IBERIA proceden de touroperadores del grupo ORIZONIA (...). Además tiene otros proveedores como TRAVELPLAN, CONDOR VACACIONES o CATAI TOURS. Como se ha indicado, CONDOR VACACIONES se limita a actuar como touroperador careciendo de puntos de venta propios.

<sup>13</sup> El suministro de billetes a operadores pertenecientes al grupo ORIZONIA representa en torno al [...] de la facturación de la línea aérea.

Por su parte, el principal proveedor de servicios de transporte aéreo de CONDOR VACACIONES es [...], que en el ejercicio 2005 representó el [...] del volumen de compras global de CONDOR VACACIONES. [...]



Airbus A330 y siete aviones Airbus A-320. La cuota de IBERWORLD en el mercado de suministro a operadores turísticos de servicios de transporte aéreo (chárter) en España en 2005 es inferior al 10%.

Igualmente, en el mercado de cruceros ORIZONIA cuenta con dos buques de titularidad propia, "Gran Mistral" y "Gran Voyager", cuyos servicios comercializa a través de agencias de viaje, tanto de ORIZONIA como de terceros<sup>14</sup>. La cuota de ORIZONIA en el mercado de cruceros es inferior al 20%<sup>15</sup>. Por su parte, CONDOR VACACIONES no ofrece ningún producto relacionado con cruceros.

## V. 2. Mercado geográfico

De acuerdo con los precedentes comunitarios y con la notificante el mercado de agencias de viajes mayoristas o de touroperadores se considera de ámbito nacional<sup>16</sup>.

Tal consideración se fundamenta en el hecho de que prácticamente la totalidad de la clientela es de origen nacional, con las peculiaridades que ello supone en cuanto a idioma, hábitos vacacionales y preferencias. Asimismo, el reconocimiento (obtención del título-licencia) como agencias de viajes, así como el régimen jurídico aplicable a los contratos, que se rigen por la normativa nacional, pueden variar sensiblemente de un país a otro, por lo que, en todo caso, es necesario disponer de una infraestructura adecuada en cada país.

Asimismo y de acuerdo con los precedentes nacionales<sup>17</sup> y con la notificante, se considera que los mercados de agencias de viaje minoristas, transporte aéreo chárter y de cruceros tienen dimensión nacional.

## VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

### VI.1.- Características y evolución

De acuerdo con los últimos datos del Banco de España, el sector turístico aportó en 2005 aportó unos ingresos de más de 38.495 millones de euros en la balanza exterior española, lo que supuso un incremento del 5,8% respecto al ejercicio anterior, frente a los 12.125 gastados por los turistas españoles en el resto del mundo.

Con carácter meramente descriptivo, consta en el siguiente cuadro una relación de los ocho primeros grupos turísticos del mercado español, incluyendo información sobre sus filiales así como empresas en las que participarían:

<sup>14</sup> Según [www.hosteltur.com](http://www.hosteltur.com), ORIZONIA tiene previsto incorporar otros dos barcos de unas 40.000 toneladas que ya estén operativos en el mercado.

<sup>15</sup> Ver Expediente N-06089 ROYAL CARIBBEAN/PULLMANTUR.

<sup>16</sup> Ver Informes del SDC en los Exptes. N-03003 IBEROSTAR/TURAVIA CLUB; N-03006 GLOBALIA/VIAJES ECUADOR; N-03031 TEINVER (MARSANS)/TIEMPO LIBRE y Decisiones de la Comisión en los Asuntos nº IV/M.350 WEST L.B./THOMAS COOK/LTU y COMP/M.2627 OTTO VERSAND/SABRE/TRAVELOCITY JV.

<sup>17</sup> N-03003 IBEROSTAR/TURAVIA CLUB Y N-03078 IBEROJET/VIVA TOURS.



PRINCIPALES GRUPOS TURÍSTICOS EN ESPAÑA
<b>MARSANS</b> <b>Agencias de Viajes:</b> VIAJES MARSANS; VIE; RURAL VIAJES; VIAJES CRISOL <b>Mayoristas:</b> HORIZONTES; TIEMPO LIBRE; TRAPSATUR; CLUB VACACIONES; IBERRAIL <b>Transporte por carretera:</b> GRUPO TRAPSA <b>Cadenas de hoteles:</b> HOTETUR (50%) <b>Participaciones en otros mayoristas:</b> MUNDOSOCIAL (25%) y MUNDOVIAJE (38%)
<b>ORIZONIA CORPORACIÓN</b> <b>Agencias de Viajes:</b> VIAJES IBERIA, Viajar.com, D-Viagem <b>Mayoristas:</b> IBEROJET, TURAVIA, SOLPLAN, VIVATOURS, IBERSKI, VIAMED <b>Compañías aéreas:</b> IBERWORLD, ORBEST <b>Cruceros:</b> “Gran Mistral”, “Gran Voyager” <b>Participaciones en otros mayoristas:</b> MUNDOSOCIAL (25%)
<b>GLOBALIA</b> <b>Agencias de Viajes:</b> HALCÓN VIAJES; VIAJES ECUADOR <b>Mayoristas:</b> TRAVELPLAN, IBEROTOURS, TCI CORTES XXI, SA (antes Wagons Lits Viajes SA) <b>Compañías aéreas:</b> AIR EUROPA <b>Cadenas de hoteles:</b> GH&R <b>Participaciones en otros mayoristas:</b> MUNDOSOCIAL (25%)
<b>EL CORTE INGLÉS</b> <b>Agencias de Viajes:</b> VIAJES EL CORTE INGLÉS <b>Mayoristas:</b> TOURMUNDIAL <b>Participaciones en otras empresas:</b> IBERIA LAE (3%)
<b>GRUPO BARCELÓ</b> <b>Agencias de viajes:</b> BARCELÓ VIAJES <b>Mayoristas:</b> MUNDO SOCIAL (25%) <b>Hoteles:</b> BARCELÓ <b>Participaciones en otras empresas:</b> HOTELES GRUBARGES (33%)
<b>FIRST CHOICE</b> <b>División Mayorista:</b> ROYAL VACACIONES; BARCELÓ INT. <b>Participaciones en otras empresas:</b> GLOBALIA
<b>CARLSON WAGON LIT</b> <b>Viajes de empresa:</b> CWT VIAJES DE EMPRESA, S.A. <b>Receptivo:</b> INTERSOL

Fuente: Notificante

## VI.2.- Estructura de la oferta

De acuerdo con el informe DBK (junio 2006), el sector de la distribución de servicios turísticos, que presenta un alto grado de fragmentación, se comprende en 2005 8.181 empresas, un 5,5% más que el año anterior. Se estima que tres cuartas partes del total de las empresas operan como agencias de viajes minoristas y aproximadamente el 25% de las mismas son touroperadores, algunos de los cuales combinan las actividades de mayorista y minorista.

Según la notificante, el mercado español de touroperadores alcanzó en 2005 una facturación global aproximada de 4.492 millones de euros, lo que supone un incremento del 18,4% respecto del ejercicio anterior. De dicho total, un 77% fue facturado por las trece primeras empresas.



La oferta del sector de las agencias de viaje mayoristas ha sido objeto de un paulatino proceso de concentración. Sin embargo, el mercado mayorista español presenta un grado de concentración muy inferior al de otros países como Reino Unido.

En el siguiente cuadro se recoge la estructura de la oferta del mercado mayorista español en valor en los tres últimos ejercicios facilitada por la notificante:

MERCADO DE TOUOPERADORES EN ESPAÑA						
Operador	2003		2004		2005	
	(M. euros)	%	(M. euros)	%	(M. euros)	%
ORIZONIA CORPORACIÓN <sup>1</sup>	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
CONDOR VACACIONES	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
<b>ORIZONIA + CONDOR</b>	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
TRAVELPLAN	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
TOURMUNDIAL (EL CORTE INGLÉS)	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]	[...]	[10-20]
SOLTOUR	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
GRUPO MARSANS <sup>2</sup>	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
MUNDOSOCIAL	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
PULLMANTOUR (RCCL)	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
JULIA TOURS	[...]		[...]		[...]	[0-10]
RHODASOL (G. TIVOLI)	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]	[...]	[0-10]
Otros	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]	[...]	[20-30]
<b>TOTAL</b>	<b>3.232,8</b>	<b>100,0</b>	<b>3.794,5</b>	<b>100,0</b>	<b>4.284,0</b>	<b>100,0</b>

<sup>1</sup>La cifra de ORIZONIA CORPORACIÓN agrupa la de todas sus marcas, incluidas Viva Tours y Turavía.

<sup>2</sup>La cifra de MARSANS agrupa la de sus marcas, incluidas HORIZONTES y TIEMPO LIBRE.

Fuente: Estimaciones notificante sobre datos del informe DBK. Junio 2006

Tras la operación notificada ORIZONIA aumenta su cuota en el mercado de touroperadores en [...] puntos, alcanzando una cuota conjunta del [10-20]%. ORIZONIA consolida su posición de líder del mercado y se distancia de sus principales competidores TRAVELPLAN ([10-20]%), TOURMUNDIAL ([10-20]%), SOLTOUR ([0-10]%) o GRUPO MARSANS ([0-10]%)

Los principales competidores de ORIZONIA son grandes grupos empresariales del sector turístico que cuentan con importante capacidad financiera y un alto grado de integración vertical.

GLOBALIA, actúa en el mercado mayorista a través de TRAVELPLAN, S.A., IBEROTOURS y TCI CORTES XXI, S.A. (antes Wagons Lits Viajes S.A.); cuenta con la compañía aérea AIR EUROPA y con VIAJES HALCÓN y VIAJES ECUADOR<sup>18</sup> como agencias de viajes minorista, y dispone de inversiones hoteleras.

<sup>18</sup> Ver N-03006 GLOBALIA / VIAJES ECUADOR por la que GLOBALIA CORPORACIÓN EMPRESARIAL, S.A. adquiere VIAJES ECUADOR, S.A., WAGONS LITS VIAJES, S.A. e IBEROTOURS, S.A. de sus anteriores propietarios los grupos internacionales CARLSON WAGONLIT y ACCOR.



EL CORTE INGLÉS VIAJES, S.A. es un operador mixto que actúa en el mercado con su producto propio TOURMUNDIAL y posee además una amplia red de agencias minoristas, VIAJES EL CORTE INGLÉS.

SOLTOUR es una sociedad controlada por la familia Piñeiro, centrada fundamentalmente en el sector de ingresos medios y bajos. Utiliza en sus paquetes de viajes vuelos chárter y es propietaria de algunos hoteles muy populares en los destinos dentro de la península e Islas (Canarias y Baleares), así como en el Caribe y Méjico. Es la única de los grandes operadores que carece de red minorista propia.

MARSANS, en su condición de operador mixto, cuenta con su producto propio "HORIZONTES" y completa su gama con productos tan prestigiosos como TRAPSATUR, MUNDICOLOR, MUNDOS SOÑADOS o CLUB TIEMPO LIBRE.

PULLMANTOUR presta servicios de cruceros, venta al por mayor y alquiler de capacidad aérea., En 2006 fue adquirida al grupo MARSANS por el grupo internacional ROYAL CARIBBEAN CRUISES Ltd (RCCL)<sup>19</sup>.

Al margen de estos grandes grupos, no dejan de estar consolidados mayoristas de tamaño mediano, por lo general especializados en determinados destinos o productos, que elaboran sus "paquetes turísticos" casi a la medida, a precios superiores a los de los grandes grupos, pero ofreciendo productos muy flexibles y con una gran calidad, en opinión del sector. Cabe citar, entre otros, POLITOURS, CATAI, EMPRENDEDORES, DIMENSIONES, CLUB 5 ESTRELLAS y NOBEL TOURS.

### **VI.3.- Estructura de la demanda**

La demanda del mercado mayorista o de touroperadores se compone de las agencias de viajes minoristas que realizan servicios de intermediación entre éstos y los clientes finales, previo cobro de una comisión<sup>20</sup>.

Cabe señalar la creciente integración del sector de agencias minoristas mediante "grupos de gestión". Dichos grupos están formados por la unión de pequeñas y medianas agencias minoristas independientes mediante acuerdos comerciales y planes de marketing conjuntos, que en algunos casos propician proyectos de integración a partir de una marca e imagen corporativa común<sup>21</sup>.

Según la notificante, cada vez es más frecuente el denominado fenómeno del "dynamic packaging" que permite tanto a las agencias de viaje minoristas como a los consumidores finales constituir sus propios paquetes turísticos, a través de Internet. En este sentido, según datos de la notificante<sup>22</sup>, el número de españoles que planificaron sus vacaciones y reservaron por Internet vuelos, hoteles y otras actividades vacacionales se incrementó un 70% en el año 2005, alcanzando la cifra de 6,6 millones de usuarios.

El principal cliente de ORIZONIA es la agencia de viajes minorista [...]

<sup>19</sup> Ver Expediente N-06089 ROYAL CARIBBEAN/PULLMANTUR.

<sup>20</sup> También reciben comisiones procedentes de otros prestadores de servicios turísticos de la que son agentes, por ejemplo, líneas aéreas, parques temáticos o, incluso, de empresas de alquiler de coches y seguros.

<sup>21</sup> Entre estas agrupaciones comerciales se encuentran GEA, GEBTA ESPAÑA ACUAMA, AVANTURS, Europa, AVASA, M-70, OVER, RET, STAR y UNIDA.

<sup>22</sup> Datos basados en un estudio de NIELSEN/NETRATINGS publicados en [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es).



Los principales clientes de CONDOR VACACIONES son las siguientes agencias minoristas: [...]

#### **VI.4. Fijación de precios**

Según la notificante, la principal forma de competencia en el mercado de agencias de viaje mayorista, al margen de la calidad del producto, es el precio. En efecto, los touroperadores ofrecen al mercado diferentes productos a través sus folletos o catálogos de cada temporada. Los precios de venta de los paquetes turísticos publicados en los folletos están fijados por la suma del precio de los diferentes servicios (contratación hotelera, aérea, traslados, seguros, etc.) así como la retribución al canal por su distribución (agentes minoristas).

Los niveles de precios de las empresas partícipes en la operación son el resultado de contratar los cupos y contingentes de ocupación aérea y hotelera por destinos, imputar los costes de traslado en destino en función del promedio de ocupación del medio de transporte (autobús) e incluir una partida de servicios varios (seguros, handling, etc.).

Según la notificante, de lo anterior resulta que cada paquete turístico tiene un contenido y, por tanto, unos costes específicos, de tal forma que existe una total heterogeneidad entre los precios de dichos productos. Esta heterogeneidad se ve acentuada por la estacionalidad que caracteriza al sector turístico, que tiene como resultado que a un mismo producto se le puedan aplicar precios muy diferentes en función de la temporada en que se comercialice.

Dada la alta estacionalidad del producto y los costes hundidos derivados de las reservas de los operadores en los mercados ascendentes (plazas hoteleras, de avión, etc.), es habitual la segmentación del mercado y, en suma, la presencia de importantes descuentos y una fuerte competencia en precios, habida cuenta de la ausencia total de fidelidad a la marca o al touroperador por parte del consumidor final.

#### **VI.5. Competencia potencial - Barreras a la entrada**

Según la notificante, no existen dificultades de acceso al mercado mayorista por parte de nuevos operadores al no existir limitaciones para poder contratar servicios de transporte, ni derivadas de la red de distribución, ni por autorizaciones administrativas. Considera éste como uno de los motivos por los que la oferta está compuesta de un número tan elevado de operadores.

La notificante añade que la entrada al mercado mayorista no presenta barreras significativas, al menos para operadores de tamaño medio que coexisten con los grandes grupos generalistas. Dichos touroperadores de tamaño medio, por lo general, se encuentran especializados en nichos o segmentos específicos de la demanda, adaptándose así a la creciente exigencia de rapidez y flexibilidad por parte del usuario final (turismo-aventura, turismo-salud, turismo-golf, etc.).

### **VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo de CONDOR VACACIONES por parte de ORIZONIA CORPORACIÓN a través de su filial OPERADORES VACACIONALES.

La operación afecta al mercados nacional de agencias de viaje mayoristas, caracterizado por el alto grado de integración de sus principales operadores, que frecuentemente están presentes en otras actividades del sector turístico verticalmente relacionadas.



Tras la operación notificada ORIZONIA aumenta su cuota en el mercado de touroperadores en [...] puntos, alcanzando una cuota conjunta del [20-30]%. ORIZONIA consolida su posición de líder del mercado y se distancia de sus principales competidores TRAVELPLAN ([10-20]%), TOURMUNDIAL ([10-20]%), SOLTOUR ([0-10]%) o GRUPO MARSANS ([0-10]%)

En todo caso, estos competidores también son grandes grupos empresariales del sector turístico que cuentan con una importante capacidad financiera y con un alto grado de integración vertical.

La adquirida sólo opera como touroperador. Por su parte la presencia de ORIZONIA en los mercados de agencias minorista de viajes y de transporte aéreo (chárter) es inferior al 10% en cualquiera de los mercados considerados y en el de cruceros no supera el 20%.

La mayoría de las ventas de un touroperador se contrata a través de las agencias de viaje minoristas, un sector tradicionalmente atomizado. Sin embargo, hay que destacar el creciente proceso asociativo en cadenas de distribuidores minoristas, así como la influencia de las nuevas tecnologías en el mercado y el uso de internet.

Dada la alta estacionalidad del producto y los costes hundidos derivados de las reservas de los operadores en los mercados ascendentes es habitual la presencia de importantes descuentos y, en suma, una fuerte presión competitiva en precios, habida cuenta de la ausencia de fidelidad a la marca o al touroperador por parte del consumidor final.

Adicionalmente, el mercado de agencias de viaje mayorista no presenta, según la notificante, barreras significativas y específicas, especialmente para la entrada de mayoristas de tamaño medio, que coexisten con los grandes grupos generalistas.

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

## **VIII. PROPUESTA**

En atención a todo lo anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del apartado 1 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por lo que la operación de concentración notificada quedaría tácitamente autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.