

# EL CONTROL DE LAS CONCENTRACIONES DE COMPAÑÍAS AÉREAS POR LA COMISIÓN EUROPEA: ¿ES NECESARIA UNA ACTUALIZACIÓN DE CRITERIOS PARA ANALIZAR LAS FUSIONES Y ADQUISICIONES EN LA NUEVA ERA DIGITAL?\*

Eugenio Olmedo Peralta\*\*  
Profesor Titular de Derecho Mercantil  
Universidad de Málaga

## RESUMEN

*La actual revolución digital está introduciendo importantes cambios también en el mercado del transporte aéreo. Las tradicionales tipologías de compañías aéreas y de pasajeros se están modificando y diluyendo a medida que los modelos de negocio evolucionan para encajar mejor en un mercado dominado por el control de los datos. En este contexto, los efectos de red de las compañías aéreas se disparan, debiendo pasar a ocupar un papel central en el análisis del impacto de cualquier operación de concentración sobre la competencia en el mercado.*

*El presente artículo analiza el modo en que la Comisión Europea ha venido analizando los efectos sobre la competencia de las operaciones de concentración entre compañías aéreas. Al mismo tiempo, se propone la introducción de cambios en los criterios y condiciones utilizados para ello, de modo que el análisis resulte coherente con la realidad del mercado en la nueva era. Estas consideraciones se realizan ante la inminencia del nuevo gran caso de concentración en el sector: la adquisición de Air Europa por IAG.*

**Palabras clave:** concentraciones, transporte aéreo, mercado relevante, barreras de entrada, slots, condiciones.

**SUMARIO:** I.—RETOS DEL MERCADO EUROPEO DE TRANSPORTE AÉREO: UNA ESTRUCTURA DE MERCADO MADURA Y EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA DE DATOS.—II. CAMBIOS EN LOS MODELOS DE NEGOCIO DE LAS COMPAÑÍAS AÉREAS.—III. LA DEFINICIÓN DEL MERCADO DE REFERENCIA EN EL TRANSPORTE AÉREO: 1. Marco general de análisis para la definición del mercado de referencia. 2. Mercado del servicio. 3. Mercado geográfico: 3.1. El criterio de los puntos de origen y destino (O&D). 3.2. Competencia entre redes. 4. Factores que afectan a la oferta y a la demanda: 4.1. Sustituibilidad de la demanda: 4.1.1. Tipología de pasajeros. 4.1.2. Vuelos directos frente a vuelos con escala. 4.2. Sustituibilidad de la oferta: 4.2.1. Sustituibilidad entre aeropuertos que cubren una misma zona. 4.2.2. Sustituibilidad intermodal. 4.2.3. Sustituibilidad

---

\* Fecha de recepción del trabajo: 19/2/2020. Fecha de aceptación del trabajo: 14/05/2020.

\*\* Investigador miembro de la Cátedra de Política de Competencia de la Universidad de Málaga. Este trabajo se realiza en el marco del Proyecto Nacional de I+D del Ministerio de Economía y Competitividad «Mecanismos de cooperación para una aplicación más eficiente del Derecho y la Política de la Competencia en Europa» (EuroCoopComp — DER2017-84414-P) del que el Dr. OLMEDO PERALTA es Investigador Principal. El autor agradece cualquier comentario a través del correo: [olmedo@uma.es](mailto:olmedo@uma.es).

de los destinos. 4.2.4. Efectos de red.—IV. DIMENSIÓN COMUNITARIA DE LA CONCENTRACIÓN.—V. PODER DE MERCADO Y BARRERAS DE ENTRADA AL MERCADO AERONÁUTICO.—VI. CONDICIONES MÁS FRECUENTES DURANTE LA FASE II DEL ANÁLISIS DE LA CONCENTRACIÓN: 1. Liberación de slots. 2. Reducción de frecuencias. 3. Obligación de no acaparar hubs. 4. Acuerdos de interlínea y acuerdos especiales de prorrateo (SPA). 5. Acuerdos de bloqueo de plazas (*blocked space agreements*). 6. Servicios intermodales. 7. Participación en programas de fidelización. 8. Cumplimiento con las obligaciones e instrumentos de monitorización.—VII. NUEVOS ELEMENTOS QUE SE HAN DE TENER EN CUENTA A LA HORA DE CONSIDERAR LAS CONCENTRACIONES DE COMPAÑÍAS AÉREAS EN LA ECONOMÍA DE LOS DATOS.—VIII. A MODO DE CONCLUSIÓN: LECCIONES APRENDIDAS PARA AFRONTAR EL SIGUIENTE GRAN CASO: LA ADQUISICIÓN DE AIR EUROPA POR IAG.—BIBLIOGRAFÍA.—JURISPRUDENCIA.

## The European Commission control of airline merger cases: Do merger assessment criteria need an update for the new digital age?

### ABSTRACT

*The current digital revolution is also entailing relevant changes in the market for air transport. The traditional airlines and passengers' typologies are being modified and blurred as business models are evolving to adapt themselves to the new data-driven market requirements. In this context, the airlines network effects become more relevant than ever as these should play a central role in the assessment of the impact on competition of these merger cases.*

*This paper studies the way the European Commission has —so far— assessed the effects on competition of the merger of airlines. Then, we propose the introduction of some changes in the approach and the conditions imposed in merger cases, so that these become more consistent with the market conditions in the new era. These concerns are to be considered in view of the next benchmark merger case: the acquisition of Air Europa by IAG.*

**Keywords:** mergers, air transport, relevant market, barriers to entry, slots, conditions.

**SUMMARY:** I.- CHALLENGES FOR THE EUROPEAN MARKET FOR AIR TRANSPORT SERVICES: A CONSOLIDATED MARKET STRUCTURE AND THE IMPACT OF DATA TECHNOLOGIES.—II. CHANGES IN AIRLINES BUSINESS MODELS.—III. THE DEFINITION OF THE RELEVANT MARKET FOR AIR TRANSPORT SERVICES: 1. General framework for the definition of the relevant market. 2. Service market. 3. Geographic market: 3.1. The Origin and Destination approach (O&D). 3.2. Networks competition. 4. Demand and supply factors: 4.1. Demand-side substitution: 4.1.1. Typology of passengers. 4.1.2. Direct vs. connecting flights. 4.2. Supply-side substitution: 4.2.1. Airports substitution: different airports covering the same area. 4.2.2. Inter-modal substitution. 4.2.3. Substitutability of destinations. 4.2.4. Network effects.—IV. EUROPEAN DIMENSION OF THE MERGER.—V. MARKET POWER AND BARRIERS TO ENTRY IN THE AIR INDUSTRY.—VI. MOST FREQUENT COMMITMENTS DURING PHASE II OF THE MERGER: 1. Release of slots. 2. Reduction of frequencies. 3. Obligation not to corner hubs. 4. Interlining agreements and special pro-rate agreements (SPA). 5. Blocked space agreements. 6. Inter-modal services. 7. Participation in frequent flyers programs. 8. Compliance with the conditions and monitoring instruments.—VII. NEW ELEMENTS TO BE CONSIDERED IN THE ASSESSMENT OF AIRLINES MERGERS IN THE DATA ECONOMY.—VIII. BY MEAN OF CONCLUSION: LESSONS LEARNED TO FACE THE NEXT BIG CASE: THE ACQUISITION OF AIR EUROPA BY IAG.—BIBLIOGRAPHY.—CASES.