II

(Atti per i quali la pubblicazione non è una condizione di applicabilità)

COMMISSIONE

DECISIONE DELLA COMMISSIONE

del 28 aprile 1992

che dichiara la compatibilità con il mercato comune di una concentrazione

(Caso n. IV/M. 126 — Accor/Wagons-lits)

Regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio

(Il testo in lingua francese è il solo facente fede)

(92/385/CEE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE,

visto il trattato che istituisce la Comunità economica europea,

visto il regolamento (CEE) n. 4064/89 del Consiglio, del 21 dicembre 1989, relativo al controllo delle operazioni di concentrazione tra imprese [1], in particolare l'articolo 8, paragrafo 2,

vista la decisione del 16 dicembre 1991 con la quale la Commissione ha avviato la procedura nel presente caso,

dopo aver dato alle imprese interessate la possibilità di comunicare le loro osservazioni sulle obiezioni formulate dalla Commissione,

visto il parere del comitato consultivo in materia di concentrazioni, reso in data 26 marzo 1992 [2],

considerando quanto segue:

I. NATURA DEL PROCEDIMENTO

(1) Il presente procedimento riguarda un'operazione notificata alla Commissione in conformità dell'articolo 4 del regolamento (CEE) n. 4064/89 (in appresso: «il regolamento».) Il termine iniziale di efficacia della notificazione è il 15 novembre 1991. L'operazione consiste nell'acquisizione prevista da Accor SA (in appresso: «Accor», tramite la «holding» Cobefin, di tutte le azioni ancora in circolazione della «Compagnie Internationale des Wagons-Lits et du Tourisme» (in appresso: «CIWLT») tramite un'offerta pubblica di acquisto (in appresso: «OPA»), preceduta dall'acquisizione della maggioranza del capitale di Cobefin.

II. LE PARTI

(2) Accor è un gruppo francese operante nel settore della ristorazione e alberghiero. Le sue principali attività sono la ristorazione (in particolare in autostrada), la ristorazione collettiva, i buoni pasto, il settore alberghiero (compresa la talassoterapia), alcune attività di turismo (crociere, tour operators, ecc.) nonché alcuni servizi connessi.

(3) CIWLT è un gruppo belga operante nel settore della ristorazione e nel settore alberghiero e turistico. Trattasi di un gruppo le cui attività principali sono la ristorazione (in particolare in autostrada e su treni), la ristorazione collettiva, l'attività alberghiera (in particolare sui treni) e nel settore del noleggio di autovetture e delle agenzie di viaggio.

---

[1] GU n. L 395 del 30. 12. 1989, pag. 1; versione rettificata: GU n. L 257 del 21. 9. 1990, pag. 13.

[2] GU n. C 184 del 21. 7. 1992 pag. 2.

III. CONCENTRAZIONE

(4) Allo scadere dell'OPA, il 19 dicembre 1991, Accor è risultata in possesso del 69,5 % del capitale di CIWLT. Anteriormente all'operazione Accor deteneva soltanto una partecipazione di minoranza in CIWLT. Secondo Accor tale partecipazione di minoranza non le consentiva di esercitare alcun controllo su CIWLT. Il «Tribunal de Commerce» di Bruxelles, in una sentenza del 4 dicembre 1991 impugnata da Accor e vincolante per la Commissione, ha tuttavia ritenuto che anteriormente all'operazione, CIWLT risultava controllata congiuntamente da varie imprese tra cui Accor. Non è necessario stabilire se Accor esercitasse già un controllo congiunto su CIWLT prima dell'operazione. La Commissione ritiene infatti che anche un'operazione avente ad oggetto o per effetto di conferire il controllo esclusivo su un'impresa ad un'altra che prima esercitava sulla predetta un controllo congiunto ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 2, secondo comma del regolamento, costituisca un'operazione di concentrazione a norma dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b) del regolamento citato. L'operazione è dunque una concentrazione ai sensi dell'articolo 3, paragrafo 1, lettera b) del regolamento.

IV. DIMENSIONE COMUNITARIA

(5) Il fatturato contabile dell'ultimo esercizio noto [1], come figura nel conto economico consolidato di ciascuna delle imprese interessate è il seguente:

— Accor: 1 992 511 122 ecu [2],

— CIWLT: 2 332 250 499 ecu [3].

(6) Alla somma dei due fatturati citati Accor ha proposto di aggiungere, in applicazione dell'articolo 5 del regolamento, il fatturato delle attività di sue società partecipate con capitale di minoranza gestite da Accor, o da una delle sue partecipate, in virtù di contratti che assegnano ad Accor l'esercizio di alberghi in nome e per conto della partecipata con capitale di minoranza. Trattasi di società che non sono riprese nei conti consolidati. La Commissione ha osservato che i contratti avevano le seguenti caratteristiche:

— Accor gestisce l'attività alberghiera sotto un segno distintivo del gruppo e ne assume la direzione. Essa dispone di un mandato generale e si occupa dell'esercizio dell'attività, della commercializzazione e della vendita, della gestione contabile e finanziaria, del controllo della gestione, assicurando il supporto legale, amministrativo e fiscale. Su richiesta del proprietario, può anche assumere l'esecuzione di altri servizi;

— Accor è pienamente responsabile della politica del personale: assunzioni, gestione, licenziamento e supervisione. All'impresa spetta un ruolo importante in materia di formazione. L'accordo esplicito del proprietario è richiesto solo per la negoziazione di contratti collettivi e l'assegnazione di dipendenti di Accor negli alberghi;

— la durata dei contratti è notevole (in media di 10 anni e spesso tacitamente rinnovabile);

— in caso di vendita, locazione o cessione dell'albergo, da parte del proprietario, l'acquirente o il nuovo locatario devono impegnarsi ad adempiere ed assumere tutte le obbligazioni del proprietario nei confronti di Accor. Accor potrà tuttavia opporsi all'operazione e acquistare o locare l'albergo al medesimo prezzo o canone e ai medesimi termini e condizioni indicati nella notifica cui è tenuto il proprietario. Se l'acquirente o il nuovo occupante rifiutano di assumere le obbligazioni del proprietario e se Accor non intende acquistare o prendere in locazione l'albergo il contratto sarà risolto e Accor avrà diritto ad un'indennità(. . .) [4].

In conclusione, emerge che nella fattispecie il contratto lascia praticamente al proprietario solo il ruolo di finanziatore e conferisce ad Accor i compiti di una piena gestione. Ne segue che Accor ha il diritto di gestire gli affari delle imprese interessate ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 4, lettera b), quarto trattino del regolamento. Tale conclusione deriva da un'analisi approfondita del contratto, in particolare per quanto riguarda i precisi poteri del proprietario in materia di bilancio, analisi che ha consentito alla Commissione di accogliere le tesi di Accor. Il fatturato derivante dai contratti in questione è di 495 232 730 ecu.

(7) Occorre altresì tenere conto della voce «Altri proventi di esercizio» che appare nel conto economico di CIWLT. La Commissione ritiene che gli elementi [5] della voce derivano effettivamente dalla vendita di prodotti e dalla prestazione di servizi realizzate da CIWLT e realmente corrispondenti alle sue normali attività.

La voce incide per 422 436 636 ecu.

(1) 1990.

(2) Il tasso di conversione dell'ecu in franchi francesi è di 1 ecu = 6,91412 franchi francesi (tasso medio per il 1990).

(3) Il tasso di conversione dell'ecu in franchi belgi è di 1 ecu = 42,4257 franchi belgi (tasso medio per il 1990).

(4) Essenziale: nella versione pubblicata della presente decisione alcuni dati saranno d'ora in avanti omessi, in forza dell'articolo 17, paragrafo 2 del regolamento (CEE) n. 4064/89 concernente i segreti relativi agli affari.

(5) In particolare proventi dalla cessione delle vetture d'occasione da parte di Europcar e premi commisurati alla quantità concessi ad Europcar dai costruttori sulle vetture acquistate.

(8) La somma degli importi di cui ai punti da 5 a 7 costituisce il fatturato totale delle imprese interessate ai sensi dell'articolo 5 del regolamento. Esso è di 5 240 000 000 di ecu circa. Il fatturato totale realizzato a livello mondiale dall'insieme delle imprese in questione supera dunque i 5 miliardi di ecu.

(9) Accor ha, come CIWLT, un fatturato a livello comunitario superiore a 250 milioni di ecu.

(10) Le parti interessate non realizzano più dei $^2/_3$ del loro fatturato all'interno di un solo e medesimo Stato membro.

(11) Di conseguenza la concentrazione ha dimensione comunitaria ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 2 del regolamento.

V. VALUTAZIONE SOTTO IL PROFILO DELL'ARTICOLO 2 DEL REGOLAMENTO

(12) La Commissione ha esaminato i settori «tour operators» e agenzie di viaggio, di accoglienza, ristorazione collettiva, alberghi e ristorazione commerciale, settori nei quali l'operazione porta ad un aumento della quota di mercato di Accor. Le relazioni verticali e conglomerate derivanti dalla concentrazione sono state esaminate all'interno dell'analisi del settore alberghiero.

A. Settore «tour operators» e agenzie di viaggio

(13) Nei settori «tour operators» e agenzie di viaggio Accor e CIWLT hanno attività marginali ed occupano attualmente una posizione assai modesta sul mercato. Di conseguenza la decisione della Commissione di avviare il procedimento in forza dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c) del regolamento non concerne detti mercati. La Commissione non ha obiezioni per quanto riguarda gli effetti della concentrazione in questi settori.

B. Settore della ristorazione collettiva

(14) Nel settore della ristorazione collettiva la concentrazione comporterà un aumento delle quote di mercato a vantaggio della nuova entità, solo in Germania e in Spagna.

(15) a) *Il mercato del prodotto di cui trattasi*

Il mercato del prodotto di cui trattasi è il mercato della ristorazione collettiva in concessione. Con questa nozione la Commissione intende la prestazione di servizi di ristorazione extrafamiliari eseguita da terzi e comprendente principalmente la somministrazione di pasti preparati — almeno in parte — direttamente presso le collettività pubbliche o private clienti:

— tale prestazione di servizi è effettuata in settori svariati che comprendono la ristorazione nei luoghi di lavoro (imprese, amministrazioni), nel settore sociale o sanitario (ospedali, case di riposo) e scolastico (licei, collegi). La Commissione concorda con la valutazione di Accor e della maggior parte dei concorrenti interpellati in base alla quale non esistono tra questi segmenti o tra il settore pubblico e il settore privato differenze significative, che giustifichino l'esistenza di mercati distinti. Il «know how» di base è infatti il medesimo e la maggior parte delle imprese interessate opera in tutti i segmenti citati. È dunque lecito ritenere che il mercato della ristorazione collettiva nel suo complesso costituisca il mercato di cui trattasi;

— contrariamente all'opinione di Accor il mercato di cui trattasi non comprende la ristorazione collettiva eseguita da una collettività in autogestione (ristorazione collettiva diretta). L'autogestione di una mensa da parte di un'impresa o di un'amministrazione non è un servizio offerto sul mercato dei servizi di ristorazione. Esso non rappresenta un'alternativa per clienti che cercano una ristorazione collettiva fornita da terzi. Tale impostazione corrisponde alla pratica costante della Commissione [1].

(16) b) *Il mercato geografico di riferimento*

Anche se sta emergendo una tendenza all'apertura dei mercati, varie caratteristiche fanno ritenere il mercato della ristorazione collettiva come un mercato avente ancora carattere nazionale:

— le disposizioni di legge sono diverse nei singoli Stati membri, specie in materia di aggiudicazione dei contratti nel settore pubblico e in campo sociale;

— le preferenze della clientela non sono identiche negli Stati membri per quanto riguarda la qualità del servizio, le tariffe, i prezzi, ecc.;

— la percentuale della ristorazione collettiva in concessione, della ristorazione collettiva in autogestione e del mercato che non è ristorazione collettiva è molto diversa nei singoli Stati membri.

(17) c) *Compatibilità con il mercato comune*

1. Il mercato della ristorazione collettiva in Germania

L'offerta sul mercato della ristorazione collettiva in Germania è caratterizzata da un grande numero di piccole imprese o gestori indipendenti (Pächter) che

[1] Vedi in particolare la decisione della Commissione del 23 settembre 1991 nel caso IV/M.134 (Mannesmann/Boge).

commercializzano i loro servizi di ristorazione collettiva a livello regionale o locale. Sul mercato opera inoltre un numero ristretto di imprese di maggiore importanza per dimensione e per capacità (in appresso: «imprese di catering») e appartenenti, nella maggior parte dei casi, a grandi gruppi esteri (per esempio ARA, Sodexho, Gardener & Merchant).

Da un'inchiesta svolta dalla Commissione presso le otto più importanti imprese tedesche risulta che le prestazioni offerte dalle imprese di catering da una parte e dalle piccole imprese e dai gestori indipendenti dall'altra sono in gran parte fungibili. Detta fungibilità è dovuta ai fattori seguenti:

— in primo luogo, una quota non trascurabile della clientela è rappresentata da collettività che necessitano di un numero di pasti giornalieri compreso in media tra i 100 e i 400, domanda che può essere soddisfatta dalle grandi imprese o dalle più piccole;

— in secondo luogo, la «presenza in loco» dell'impresa costituisce per i clienti un importante criterio di scelta. Infatti, secondo le informazioni di cui dispone la Commissione, sono rari i contratti nazionali che attribuiscono a un'impresa di catering la fornitura di pasti ad un determinato gruppo sull'insieme del territorio nazionale o europeo;

— in terzo luogo i gestori indipendenti, grazie alla loro maggiore flessibilità, possono fare concorrenza alle imprese di catering i cui costi fissi sono più elevati.

Per la valutazione della posizione che la nuova entità acquisirebbe sul mercato è possibile lasciare aperta la questione dell'eventuale inclusione delle piccole imprese nel mercato di cui trattasi o della loro inclusione in un mercato distinto. In entrambi i casi la Commissione ritiene l'operazione compatibile con il mercato comune:

a) se sono incluse le attività delle piccole imprese e dei concessionari, il valore del mercato della ristorazione collettiva in concessione in Germania può essere valutato intorno a 1,2 miliardi di ecu. Su un mercato di questo tipo la nuova entità avrà una quota del 20 % circa che di per sé non presuppone una posizione dominante;

b) se si considerano soltanto le attività delle grandi imprese di catering, optando così per una definizione del mercato più restrittiva, il fatturato complessivo delle nove imprese di catering più importanti è di circa 450 milioni di ecu [1]. Su un mercato di questo tipo la nuova entità avrà una quota di mercato di circa il 51 % e sarà seguita da ARA (18 %), Sodexho (11,8 %), Pedus (7,3 %) e da varie imprese che hanno quote di mercato più modeste (PSG, Apetito, KSG, Gardner & Merchant e Zorn). Su tale mercato Accor occuperà quindi dopo la concentrazione una posizione rilevante tanto in termini di quota di mercato assoluta e relativa, quanto sotto il profilo della potenza finanziaria e della capacità. La Commissione ritiene tuttavia che, nonostante il rafforzamento della posizione di Accor, l'analisi globale delle condizioni di concorrenza che caratterizzano il mercato tedesco del catering, quale è richiesta dall'articolo 2 del regolamento, non indica che Accor disporrà di un margine di manovra che le consenta di agire in larga misura in modo indipendente dai clienti e dai concorrenti, e ciò per i motivi seguenti:

1) il mercato della ristorazione in concessione in Germania è ancora poco sviluppato, tenuto conto della tradizionale esistenza di mense in autogestione, e in forte crescita. La maggior parte delle imprese di catering interpellate dalla Commissione prevede una crescita annua del 15-20 % nei prossimi anni;

2) non esistono ostacoli giuridici, tecnici o economici particolari che possano impedire a un nuovo concorrente di entrare nel mercato o ostacolare lo sviluppo di un concorrente attuale, anche di piccole dimensioni. Ciò è stato confermato dalla maggior parte delle imprese di catering interpellate dalla Commissione ed è illustrato dallo sviluppo stesso del mercato tedesco del catering, nel quale negli ultimi anni sono entrate diverse imprese estere, attraverso l'acquisizione di un'impresa tedesca (Sodexho, Eiring + Ott) o la costituzione di proprie affiliate (Gardner & Merchant). Queste imprese occupano attualmente una posizione rilevante, come dimostra l'esempio di ARA e Sodexho che occupano rispettivamente il secondo e il terzo posto tra le imprese di catering sul mercato tedesco;

3) sul mercato del catering sono inoltre presenti una serie di concorrenti (ARA, Gardner & Merchant e Sodexho) dotati di una potenza finanziaria paragonabile a quella della nuova entità e che, come Accor, esercitano attività comparabili in altri Stati membri della Comunità. D'altra parte la potenza finanziaria non sembra costituire una condizione necessaria per il successo di un'impresa sul

[1] Fonti: informazioni delle imprese di catering e Umsatzsteuerstatistik des statistischen Bundesamtes (1988).

mercato interessato, come dimostra l'esistenza di imprese di medie dimensioni quali Pedus, KGS o Apetito;

4) il comportamento di Accor sotto il profilo della concorrenza sarà inoltre in parte influenzato dal comportamento delle piccole imprese e gestori indipendenti che rappresentano a livello regionale o locale un'alternativa valida per la clientela interessata. Infatti, poiché la maggior parte dei clienti prende in considerazione le imprese «presenti in loco», che garantiscono nel contempo una disponibilità diretta e una prestazione di servizi di carattere regionale, Accor sarà costretta a tener conto delle risposte a livello di concorrenza dei gestori e delle piccole imprese a questa domanda locale o regionale. Di conseguenza il suo margine di manovra sul mercato sarà ristretto;

5) infine la forza contrattuale delle imprese di catering è limitata in quanto la loro clientela è costituita sostanzialmente da imprese industriali per le quali la ristorazione collettiva costituisce un servizio accessorio.

Se si tiene conto del fatto che il mercato è in espansione, dell'assenza di rilevanti ostacoli all'entrata, della presenza di concorrenti di dimensioni e di potenza finanziaria comparabile, degli effetti della concorrenza delle piccole imprese e dei gestori indipendenti che offrono servizi di ristorazione collettiva a livello locale e regionale nonché della natura della clientela, si conclude che la quota di mercato che sarà detenuta dalla nuova entità non conferirà ad essa una posizione dominante atta a ostacolare significativamente una concorrenza effettiva sul mercato tedesco della ristorazione collettiva.

2. Il mercato della ristorazione collettiva in Spagna

Il mercato spagnolo della ristorazione collettiva in concessione è, come il mercato tedesco, un mercato ancora poco sviluppato ma in forte crescita. La sua struttura è caratterizzata dalla presenza di un certo numero di piccole imprese, la cui attività si svolge in un ambito geografico limitato, e da alcune imprese di maggiori dimensioni, le cosiddette «imprese di catering», che secondo le stime della categoria coprono quasi il 90 % del mercato della ristorazione collettiva in concessione.

Se si considerano solo le grandi imprese la nuova entità deterrà, secondo le informazioni di cui dispone la Commissione, una quota di mercato del 43 %. Essa sarà seguita da Sodexho (22 %), Husa (15 %), Serunión (10,8 %), Vasca (6,2 %) e Osesa (5,4 %). La concentrazione comporterà quindi per la nuova entità, sul mercato spagnolo, una quota di mercato elevata, un rafforzamento della sua potenza finanziaria e un miglioramento del suo accesso alla clientela. Tuttavia un'analisi più completa delle condizioni di concorrenza indica che Accor non acquisirà, grazie alla concentrazione, una posizione dominante atta ad ostacolare significativamente una concorrenza effettiva sul mercato spagnolo. Questa conclusione è dettata dai seguenti motivi:

1) il mercato spagnolo del catering è un mercato in espansione. Secondo Accor, il tasso di penetrazione delle imprese di ristorazione collettiva in Spagna è attualmente del 7 % (1) del complesso ristorazione collettiva in concessione e in autogestione. Secondo lo studio GIRA-SIC, il mercato del catering in Spagna ha registrato una crescita annua del 10 % nel periodo 1980—1990. Le imprese di catering presenti sul mercato spagnolo che sono state interpellate dalla Commissione hanno confermato che si attendevano una crescita di ordine comparabile nei prossimi anni;

2) non esistono ostacoli giuridici, tecnici o economici particolari che possano impedire a un nuovo concorrente di entrare nel mercato o ostacolare lo sviluppo di un concorrente attuale, anche di piccole dimensioni. Inoltre un concorrente estero ha la possibilità di entrare nel mercato attraverso un'acquisizione o la costituzione di un'impresa comune con un'impresa spagnola già presente sul mercato. Per quanto riguarda l'espansione dei concorrenti attuali, i motivi già illustrati al punto 17.1. b) 2) per il mercato tedesco sono validi anche per il mercato spagnolo;

3) inoltre la struttura dell'offerta sul mercato del catering è caratterizzata dall'esistenza di un certo numero di concorrenti che detengono quote di mercato significative. L'esistenza di imprese di dimensioni e di potenza finanziaria medie dimostra che il successo sul mercato non dipende dalle dimensioni e dalla potenza finanziaria dell'impresa;

4) infine i clienti delle imprese di catering possono senza difficoltà ricorrere, a livello regionale e locale, ai servizi di piccole imprese. Queste ultime costituiscono un'alternativa soprattutto sotto il profilo dei prezzi, grazie alla loro maggiore flessibilità, e della disponibilità, grazie alla loro presenza in loco. Ciò è stato confermato dalla maggior parte delle imprese di catering interpellate sul mercato spagnolo;

5) la commissione ritiene, sulla base di quanto precede, che la nuova entità non acquisirà, in seguito alla concentrazione, una posizione domi-

(1) In numero di pasti.

nante atta ad ostacolare significativamente una concorrenza effettiva sul mercato spagnolo della ristorazione collettiva in concessione.

(18) d) *Conclusioni*

La decisione della Commissione di avviare il procedimento in forza dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c) del regolamento non concerne i mercati in questione. La Commissione non ha obiezioni per quanto riguarda la concentrazione in questo settore.

C. **Settore delle attività alberghiere**

a) *La decisione di avvio del procedimento*

(19) Il 16 dicembre 1991 la Commissione ha deciso di avviare il procedimento in forza dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c) del regolamento per quanto riguarda il settore alberghiero. Tale decisione non è stata seguita da una comunicazione dalla Commissione in conformità dell'articolo 18 del regolamento, poiché non avendo essa riscontrato, a seguito degli accertamenti approfonditi avviati nell'ambito del procedimento la Commissione ha stimato di non avere obiezioni sulla concentrazione nel settore alberghiero.

b) *Il mercato dei servizi alberghieri prestati a livello locale*

(20) Nella decisione citata al punto 19 la Commissione aveva dichiarato di aver esaminato gli effetti dell'operazione sul mercato dei servizi alberghieri prestati a livello locale dagli alberghi e esercizi assimilati. L'esame aveva riguardato gli alberghi di qualsiasi categoria tanto nel loro insieme, quanto separatamente per categoria. Per questo mercato la Commissione aveva concluso affermando che l'operazione non suscitava seri dubbi sulla sua compatibilità con il mercato comune.

c) *L'analisi delle attività delle catene alberghiere*

(21) A seguito della decisione sopra citata la Commissione ha avviato accertamenti approfonditi sulle catene alberghiere. La sua analisi è sfociata sulle seguenti osservazioni:

— gli addetti distinguono tre grandi categorie di alberghi [1]: gli alberghi indipendenti costituiti da imprese giuridicamente ed economicamente autonome (59 % degli alberghi registrati, 47 % delle camere); i consorzi costituiti volontariamente da gruppi di albergatori indipendenti che procedono sotto la medesima insegna ad azioni di commercializzazione, di promozione, di acquisti, ecc. (32 % degli alberghi registrati e 23,7 % delle camere); le catene integrate che gestiscono direttamente tramite affiliate o indirettamente in «franchising» o contratto di gestione gli esercizi alberghieri (9 % degli alberghi registrati e 25,6 % delle stanze);

— dal lato dell'offerta le catene alberghiere si distinguono sotto alcuni aspetti dagli alberghi indipendenti:

  — le catene alberghiere sono fondate sul concetto di rete che propone numerose strutture ricettive e risponde grazie alla sua ampia copertura geografica ad una domanda di servizi che oltrepassano l'ambito meramente locale,

  — sotto il profilo del prodotto e del servizio l'albergo appartenente ad una catena offre un prodotto più omogeneo, una gamma di servizi più estesa (orari di apertura più lunghi, servizi di ristorazione, rete di prenotazione, ecc.),

  — le catene alberghiere si fondano inoltre su una politica di identica insegna e di marchio che è la base comune dell'azione di commercializzazione e delle iniziative commerciali dei vari alberghi e consente loro di accrescerne la notorietà grazie a strumenti non accessibili ad un albergo indipendente isolato a causa del loro costo finanziario. Gli alberghi appartenenti ad una catena dispongono anche di possibilità di prenotazione centralizzate tipiche della categoria (ad esempio Resinter per Accor, Holidex per Holiday Inn, ecc.) o della possibilità di accedere a centrali di prenotazione internazionali (ad esempio Amadeus, Galileo, ecc.),

  — gli alberghi appartenenti ad una catena sviluppano una politica di collocamento diretto del loro servizio presso la clientela. Essi si rivolgono ad intermediari quali «tour operators», agenzie di viaggio, compagnie aeree, centrali di prenotazione nonché grandi imprese. Essi propongono loro contratti che prevedono in particolare tariffe differenziate, formule promozionali, accesso a servizi complementari quali il noleggio di vetture per favorire la scelta della loro rete. Grazie a tale politica comune le catene suscitano una domanda aggregata poiché le caratteristiche favorevoli di un albergo si riflettono sugli alberghi della medesima rete. Inversamente la scelta di un albergo indipendente che dispone di un'unica sede e che non s'avvantaggia di una notorietà derivante da una rete dipende integralmente dalla concorrenza locale e dalle abitudini della clientela;

— dal lato della domanda:

i grandi clienti, i «tour operators», le agenzie di viaggio, le grandi imprese lavorano in via prioritaria con questo tipo di alberghi. In effetti le

[1] Analisi del raggruppamento nazionale di categoria «Les chaînes hôtelières en France».

prenotazioni hanno un costo che risulta inferiore se rientrano in un quadro prenegoziato. Le modalità di prenotazione rispondono quindi a formule automatizzate e ad contratti normativi per quanto riguarda la fatturazione dei prezzi, le condizioni di pagamento, le commissioni o gli sconti.

Dagli accertamenti effettuati risulta che per le catene cosiddette integrate almeno due terzi del loro fatturato derivano dalle vendite tramite agenzie di viaggio, «tour operators» o clienti che beneficiano dell'applicazione di un contratto normativo.

Infine grazie alle centrali di prenotazione e ai «tour operators» le catene hanno un accesso privilegiato alla clientela internazionale.

Nel settore alberghiero Accor e CIWLT gestiscono in Francia principalmente le seguenti catene: Formule 1, Ibis, Urbis, Novotel, Mercure, Sofitel per Accor; Arcade, Altea e Pullmann per CIWLT.

La società Accor ritiene che le catene alberghiere non costituiscano un mercato distinto dall'insieme del settore ricettivo. Non è necessario determinare nel quadro della presente decisione se il mercato delle catene alberghiere vada considerato distinto dal settore alberghiero indipendente. Analogamente non è necessario determinare l'ambito geografico nel quale opera la concorrenza.

In effetti, anche adottando l'ipotesi più restrittiva, vale a dire quella di un mercato di catene alberghiere di dimensione nazionale, l'operazione porterebbe Accor/CIWLT a detenere sul mercato francese delle catene alberghiere una quota del 18,7 % in termini di fatturato e del 25 % in termini di capacità (sulla base del numero di camere). È ben vero che queste quote di mercato vanno considerate alla luce del fatto che Accor occupa il primo posto sul mercato francese, che il gruppo beneficia di una copertura geografica estremamente ampia (alberghi in circa 200 città al di fuori della regione di Parigi) e che è presente in tutte le categorie di alberghi grazie alle sue numerose insegne. Inoltre Accor migliorerà il suo accesso alla clientela grazie all'acquisizione della rete di agenzie di viaggio di CIWLT e amplierà la sua gamma di servizi grazie al controllo congiunto che acquisirà su Europcar (noleggio di autovetture). Tuttavia, tenuto conto degli elementi sottoindicati, le quote di mercato rilevate, che sono peraltro in sé modeste, permettono di ritenere che l'operazione non finirà per conferire al nuovo insieme una posizione dominante:

— sono presenti infatti altre catene alberghiere concorrenti che hanno una rilevante potenza finanziaria, ad esempio la Société du Louvre, Holiday Inn (gruppo Bass PLc), Trust House/Forte, Hilton/Ladbroke, Mariott, ecc.;

— il settore ricettivo francese continua a svilupparsi specie grazie all'insediamento di nuovi alberghi appartenenti ad una catena, nonché grazie all'ammodernamento degli alberghi indipendenti agevolato da misure di incentivazione e di sostegno delle autorità pubbliche;

— il raggruppamento crescente degli alberghi indipendenti in consorzi volontari contribuisce ad aumentare l'offerta di reti di alberghi e dà alle agenzie, ai «tour operators» e ai grandi clienti soluzioni sostitutive. Vi si aggiunge l'attuale sviluppo crescente delle centrali indipendenti di prenotazione alberghiera;

— infine i grandi clienti rappresentati dai «tour operators» e dalle agenzie di viaggio hanno, grazie al loro fatturato, un potere di negoziazione di cui le catene debbono tener conto. Essi commercializzano in effetti prestazioni diverse dalla sistemazione alberghiera (trasporti, noleggio di autovetture, ecc.) in funzione di una clientela specifica.

d) *Conclusioni*

(22) La Commissione ritiene di conseguenza che l'operazione di concentrazione non costituisca né rafforzi una posizione dominante atta a ostacolare in misura sensibile una concorrenza effettiva sul mercato delle attività alberghiere nella Comunità europea o in una sua parte sostanziale.

D. Settore della ristorazione in autostrada

Nella ristorazione commerciale il solo comparto interessato è la ristorazione in autostrada. Inoltre in questo settore la concentrazione comporterà un aumento delle quote di mercato della nuova entità unicamente in Francia.

a) *La decisione di avvio del procedimento*

(23) Previo esame della notificazione, il 16 dicembre 1991 la Commissione ha deciso di avviare il procedimento in forza dell'articolo 6, paragrafo 1, lettera c) del regolamento, in particolare perché nutriva seri dubbi sulla compatibilità della concentrazione con il mercato comune nel settore della ristorazione in autostrada in Francia.

b) *Comunicazione ai sensi dell'articolo 18 del regolamento*

(24) A seguito degli accertamenti effettuati presso numerose imprese e associazioni, la Commissione ha

indirizzato ad Accor, il 29 gennaio 1992, e a CIWLT, il 7 febbraio 1992, una comunicazione ai sensi dell'articolo 18 del regolamento.

(25) Le obiezioni formulate nella comunicazione possono essere così riepilogate:

1) il mercato della ristorazione in autostrada in Francia è un mercato separato da quello della ristorazione classica. Sotto il profilo della domanda trattasi di una clientela specifica (hanno accesso a queste prestazioni soltanto gli utenti delle autostrade) e acquisita (la maggior parte degli utenti non esce dall'autostrada quando intende prendere un pasto). Sotto il profilo dell'offerta l'attività di ristorazione in autostrada è caratterizzata da un'estrema variabilità del fatturato nei singoli giorni dell'anno, un'elevatissima importanza dei servizi accessori forniti alla clientela, un'apertura permanente e con orari estremamente prolungati nonché un inquadramento giuridico particolarmente gravoso soprattutto a causa degli obblighi imposti dall'autorità pubblica;

2) nell'ambito della ristorazione in autostrada occorre distinguere tre mercati del prodotto. Trattasi della ristorazione in senso stretto (con un servizio al tavolo o in «self-service»), prestazioni semplificate (piccola ristorazione e dolciumi) e vendite di prodotti alimentari (in negozi, distributori automatici, cestini da viaggio e prodotti da asporto). Tale differenziazione per quanto riguarda la domanda è basata su cinque criteri (tempo necessario per la consumazione, natura del servizio prestato, prezzo e spostamenti dovuti a ragioni professionali o ricreative), mentre per quanto riguarda l'offerta valgono altri cinque criteri (natura delle imprese per ciascun tipo di servizio, presenza di vari tipi di ristorazione su una medesima area di servizio, immagine dei concorrenti di Accor, clausole dei capitolati d'appalto e importo degli investimenti);

3) il mercato geografico di riferimento è il mercato francese. La concorrenza ha luogo sostanzialmente a livello dell'impianto, vale a dire al momento dell'offerta per il rilascio della licenza d'esercizio. Ora, per motivi legali e regolamentari le condizioni d'impianto, come d'altronde le condizioni d'esercizi, sono uniformi su tutto il territorio nazionale. Inoltre le disparità tra gli Stati membri nell'organizzazione delle reti autostradali e le condizioni d'impianto e di esercizio dei ristoranti sopprimono qualsiasi carattere comunitario del mercato. Ciò è confermato dal fatto che le principali imprese di ristorazione in autostrada sono presenti in misura limitata in vari Stati membri contemporaneamente, che le imprese straniere — tranne l'eccezione del tutto specifica di CIWLT — non sono quasi rappresentate in Francia e che i tentativi d'impianto sulle reti straniere si sono conclusi in genere con un insuccesso;

4) l'operazione di concentrazione progettata conferirebbe alla nuova entità una posizione dominante con la conseguenza di ostacolare in misura sensibile una concorrenza effettiva sui mercati della ristorazione in senso stretto e delle prestazioni semplificate per i seguenti motivi:

— la quota di mercato della nuova entità sarebbe dell'89 % nella ristorazione in senso stretto e del 69 % per le prestazioni semplificate;

— nel campo della ristorazione in senso stretto il nuovo complesso rappresenterebbe un'entità di importanza 18 volte superiore al suo concorrente più immediato; per le prestazioni semplificate il 31 % del mercato sarebbe suddiviso tra numerosissimi concorrenti;

— la quota di mercato con tutta probabilità non è destinata a diminuire sensibilmente nel prossimo futuro a causa in particolare del numero di aree di servizio disponibili e della durata delle subconcessioni;

— nel campo della ristorazione in senso stretto gli unici concorrenti della nuova entità sarebbero un piccolo gruppo — Elitair — la cui quota di mercato è del 5 % e alcuni ristoratori indipendenti; per le prestazioni semplificate gli unici concorrenti sarebbero le imprese che distribuiscono il carburante la cui forza in termini di concorrenza è in questo settore limitata;

— la capacità finanziaria del nuovo insieme sarebbe sproporzionata rispetto a quella dei suoi concorrenti;

— le barriere all'entrata sul mercato sono estremamente importanti e derivano da vincoli legali e regolamentari (mancanza di libertà di stabilimento, lunga durata delle concessioni, gravosi oneri amministrativi per le piccole imprese), dal numero limitato delle autostrade e dall'incertezza riguardante l'evoluzione della rete nonché dalla difficoltà per le imprese straniere di penetrare sul mercato;

— la nuova entità ricaverebbe vantaggi dal suo maggior potere a livello degli approvvigionamenti e dal fatto di gestire, più frequentemente che in passato, la ristorazione in aree

di servizio susseguentisi ed avrebbe un'immagine maggiormente diversificata agli occhi delle società autostradali;

— non è certa la possibilità di un'evoluzione del progresso tecnico ed economico a vantaggio del consumatore. Anche in tal caso comunque la Commissione ritiene che vi si potrebbe pervenire mediante altri strumenti. Comunque sia, l'ostacolo rilevante nei confronti della concorrenza, dovuto alla concentrazione sui due mercati della ristorazione in senso stretto e delle prestazioni semplificate, non consentirebbe nella fattispecie di modificare la conclusione della Commissione secondo la quale la nuova entità porrebbe in essere una posizione dominante atta ad ostacolare in misura sensibile la concorrenza sui mercati di cui trattasi.

5) Quand'anche la ristorazione in autostrada fosse considerata un unico mercato del prodotto, il che la Commissione contesta, la sua posizione non risulta modificata sostanzialmente. In un'ipotesi di tale tipo in effetti la quota di mercato della nuova entità è del 58 % e gli altri elementi indicati al precedente punto 4 si configurano in modo simile. Ricorre dunque anche in questa ipotesi una posizione dominante atta ad ostacolare in misura sensibile una concorrenza effettiva sul mercato francese.

c) *La risposta di Accor e di CIWLT alla comunicazione*

(26) Con lettera del 12 febbraio 1992 Accor ha formulato le sue osservazioni sulla comunicazione della Commissione. Le obiezioni di Accor possono essere raggruppate in due categorie: quelle con le quali Accor critica la definizione dei mercati del prodotto delineata dalla Commissione e quelle con le quali contesta che si instauri una posizione dominante. A fronte di ogni osservazione di Accor figura la risposta della Commissione.

1) Obiezioni relative alla definizione dei mercati

a) Accor ritiene sottovalutato il tasso del 5 % per gli utenti di autostrade che escono dall'autostrada quando desiderano ristorarsi. La Commissione non può che ripetere che questo tasso del 5 % è stato indicato da cinque società autostradali (su sette interpellate) come corrispondente alla realtà. Esa osserva che Accor non ha fornito alcun elemento probante atto a rimetterlo in discussione.

b) Accor lamenta che la Commissione non abbia indicato che la scelta del tipo di ristorazione dipende dalla distanza percorsa dall'utente. La Commissione ignora se tale criterio sia pertinente poiché nessuno dei terzi interpellati lo ha citato. Comunque, ammesso che risponda al vero, l'osservazione di Accor rappresenta un'ulteriore conferma dell'esistenza di tre mercati del prodotto.

c) Accor fa presente che le vendite di prestazioni semplificate sono in aumento. La Commissione non lo contesta, ma osserva che questo fenomeno può essere ricondotto tanto a una diminuzione delle vendite in negozio o del consumo di prodotti acquistati prima del tragitto e fuori dell'autostrada, quanto a un calo della ristorazione in senso stretto.

d) Accor rileva che, a fronte di una ristagnazione delle imprese di ristorazione autostradale, si assiste ad un aumento della quota di mercato delle società petrolifere. A questo proposito va ricordato che le società petrolifere non sono presenti sul mercato della ristorazione in senso stretto, il che riduce la rilevanza di detto aumento.

e) Accor sostiene che l'offerta di più tipi di prestazioni sulla stessa area di servizio e la configurazione delle aree facilitano la fungibilità delle prestazioni stesse. La Commissione ribatte che l'offerta di diverse prestazioni sulla stessa area dimostra che le attese dei consumatori sono differenziate. Essa ritiene inoltre che Accor conferisca un'importanza eccessiva al secondo criterio, tanto più che l'utente è informato da una segnaletica autostradale specifica (i pittogrammi).

f) Accor è del parere che l'esistenza di servizi accessori paragonabili per i tre tipi di prestazioni e la presenza di tavoli in prossimità dei distributori automatici siano indicativi di un'omogeneità dell'offerta. La Commissione rileva che l'esistenza di servizi accessori non rimette in questione l'insieme dei criteri che consentono di distinguere, sotto il profilo dell'offerta e della domanda, tre mercati separati del prodotto. Inoltre, la seconda delle circostanze testé citate, che non costituisce comunque una prassi sistematica, permetterebbe forse di avvicinare prestazioni semplificate e vendita di prodotti alimentari, ma non autorizza in alcun modo un'assimilazione della ristorazione in senso stretto alle altre prestazioni.

g) Accor ritiene che il divario di prezzo tra le diverse prestazioni sia in realtà inferiore a quello citato dai concorrenti. La Commissione rileva che Accor ammette dunque l'esistenza di un divario di prezzo; quanto alla forcella indicata da

Accor, si tratta in realtà piuttosto di un prezzo medio, che fa quindi astrazione dall'ampiezza della gamma dei prezzi.

2. Obiezioni relative all'instaurazione di una posizione dominante

a) Accor rimprovera alla Commissione di non aver tenuto conto dei piani di sviluppo delle società autostradali. La Commissione rileva tuttavia che la posizione di Accor per quanto riguarda detti piani di sviluppo è mutata dopo la notifica e che in proposito non viene fornito alcun elemento preciso. Inoltre le società autostradali prevedono una trentina circa di nuovi insediamenti nei cinque anni a venire, corrispondenti ad un debole tasso di progressione in numero di unità (il 4 %) e quindi non tale da infirmare l'analisi della Commissione.

b) Accor ritiene che i negozi delle stazioni di servizio dispongano di mezzi finanziari comparabili a quelli di Accor e di CIWLT in quanto dipendono dai grandi gruppi petroliferi. La Commissione rileva che, contrariamente al socio degli esercizi di CIWLT, il gestore del negozio di una stazione di servizio è finanziariamente autonomo e non può far valere la sua appartenenza a un gruppo.

c) Accor cita taluni gruppi di ristorazione autostradale che dispongono di una potenza finanziaria comparabile alla propria. La Commissione non può che replicare che nessuno di detti gruppi è stato o è presente sulla rete autostradale francese.

d) Accor precisa che le società già presenti sul mercato dovranno tuttavia partecipare alle nuove gare d'appalto. La Commissione lo ammette, ma ricorda che la durata residua della maggior parte delle subconcessioni in corso è lunga (almeno 10 anni).

e) Accor rileva che anche le piccole imprese possono accedere al mercato, in particolare attraverso forme di associazione, e indica un'evoluzione in questo senso. La Commissione considera che le forme di associazione rivelino quanto sia difficile per una piccola impresa insediarsi da sola. La quota detenuta dalle piccole imprese sul mercato della ristorazione in senso stretto (il 5 %) è eloquente in proposito.

f) Accor fa presente che la concentrazione consentirà di migliorare la formazione del personale e di ammodernare talune unità. La Commissione osserva innanzitutto che l'aumento della produttività invocato da Accor rimane indeterminato e non è stato oggetto di valutazione. Inoltre, anche ammettendo un aumento di produttività, nulla consente di ritenere che esso avrebbe un valore superiore all'aumento delle spese di funzionamento provocato dalle maggiori dimensioni della nuova entità. Infine, sul mercato della ristorazione in autostrada, caratterizzato da una bassa elasticità della domanda, la nuova entità non avrebbe interesse, in quanto detentrice di una posizione dominante, a trasferire ai consumatori i vantaggi derivanti dall'ipotetico miglioramento della produttività.

Ne consegue che le osservazioni di Accor non sono tali da modificare fondamentalmente le conclusioni alle quali era pervenuta la Commissione nel comunicare le sue obiezioni. Tuttavia, in data successiva all'invio delle sue osservazioni, Accor ha assunto un certo numero di impegni che sono esposti al punto VI.

(27) Con lettera del 18 febbraio 1992 CIWLT ha formulato le sue osservazioni sulla comunicazione della Commissione, osservazioni che sono sotto riepilogate. A fronte di ciascuna osservazione viene menzionata la risposta della Commissione:

1) CIWLT ritiene che il mercato geografico di riferimento della ristorazione in autostrada sarà nel prossimo futuro un mercato di dimensione comunitaria. Tale affermazione è basata sulla proposta di direttiva del Consiglio che coordina le procedure di aggiudicazione dei contratti pubblici di servizi. La direttiva si applicherà alla ristorazione in autostrada. La Commissione non ignora l'esistenza della proposta e ritiene beninteso di dover tener conto di questi elementi quando nel quadro del controllo delle concentrazioni occorra determinare la dimensione geografica di un mercato di riferimento. Essa sostiene peraltro che nel caso in esame il mercato di riferimento è il mercato francese e che nulla fa ritenere imminente un cambiamento.

Nella fattispecie la direttiva citata da CIWLT è ancora nella fase di posizione comune adottata il 25 febbraio 1992 dal Consiglio. «A fortiori», essa non è ancora attuata nel diritto interno degli Stati membri. La direttiva non conterrà in linea di massima disposizioni riguardanti il rilascio delle concessioni. Le procedure di aggiudicazione dei contratti e le regole di esercizio esulano dalla direttiva per il tipo di servizi in questione. Inoltre il periodo non ancora trascorso delle subconcessioni (10 anni ed oltre) è tale che la direttiva potrebbe avere effetti soltanto a scadenza alquanto lontana. Infine il numero di gare d'appalto per nuovi esercizi previste per i prossimi anni è del tutto sproporzionato rispetto all'attuale numero di esercizi. Di conseguenza la Commisione ritiene che l'ipotesi prospettata sia completamente diversa dal caso IV/M 102 — TNT citato da CIWLT.

2) CIWLT insiste sulle attuali caratteristiche delle sue aziende. Esse sono infatti gestite congiuntamente con ristoratori locali, camere di commer-

cio o enti locali che detengono partecipazioni di minoranza al capitale delle società. Tale partecipazione a suo parere conferisce diritti ai soci di minoranza e manterrà la separazione dell'esercizio commerciale delle reti Accor e Wagons-lits.

Una concorrenza interna tra aziende di un medesimo gruppo non è un argomento sufficiente per accettare l'esistenza di una posizione dominante del gruppo in questione. [. . .] (1). È comunque escluso che Accor si astenga dall'intervenire nelle decisioni strategiche e/o nella gestione delle aziende di CIWLT. Ne consegue che l'argomentazione di CIWLT non è pertinente secondo la Commissione.

Da quanto precede risulta che le osservazioni di CIWLT non modificano sostanzialmente le conclusioni formulate nella comunicazione dalla Commissione.

d) *Osservazioni dei terzi*

(28) Tre terzi hanno presentato osservazioni scritte alla Commissione in conformità dell'articolo 18 del regolamento e dell'articolo 15 del regolamento (CEE) n. 2367/90 della Commissione (2).

Una società autostradale con lettera del 6 febbraio 1992 ha tenuto a confermare le osservazioni precedentemente formulate per iscritto. In proposito in una lettera aveva nettamente dichiarato di essere contraria alla concentrazione a causa dell'ostacolo alla concorrenza che ne sarebbe derivato.

Un'associazione professionale di società autostradali con lettera del 14 febbraio 1992 ha osservato che la concentrazione a suo parere non avrebbe posto in questione l'equilibrio tra le due reti sempre che fosse perdurata una concorrenza interna (grazie alla conservazione di insegne diverse) e fosse mantenuto il sistema di partecipazione a livello locale.

Con lettera del 7 febbraio 1992 una società autostradale ha dichiarato di concordare con la posizione sopra citata.

Gli elementi presentati nei due ultimi casi citati sono già stati analizzati dalla Commissione al punto 2, lettera c), supra. Essi non modificano la conclusione formulata nella comunicazione dalla Commisione.

(1) Possibilità per Accor di modificare l'attuale struttura di CIWLT.

(2) GU n. L 219 del 14. 8. 1990, pag. 5.

VI. MODIFICHE APPORTATE NEL QUADRO DEL PROGETTO DI CONCENTRAZIONE

(29) Tuttavia Accor ha manifestato alla Commissione, con lettera del 25 febbraio 1992, l'intenzione di modificare taluni aspetti dell'operazione di concentrazione.

(30) A tale scopo essa si impegna entro termini convenuti a cedere le attività di ristorazione in autostrada di CIWLT. Dette attività di ristorazione in autostrada di CIWLT dipendono nella loro totalità direttamente o indirettamente da una affiliata di quest'ultima, la Sogerba.

L'impegno di Accor sulla cessione è corredato di altri impegni destinati a rendere la cessione pienamente efficace.

L'impegno di Accor non vieta assolutamente alla medesima di sviluppare internamente la sua attività di ristorazione in autostrada.

VII. CONSEGUENZE AGLI EFFETTI DELLA CONCORRENZA DELLA CESSIONE DELLE ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE IN AUTOSTRADA DI CIWLT

(31) La cessione da parte di Accor delle attività di ristorazione in autostrada di CIWLT costituisce una modifica rilevante degli elementi di fatto relativi all'operazione, atta ad incidere sulla valutazione dell'operazione di concentrazione sul mercato francese della ristorazione in autostrada.

In effetti, con la cessione Accor non aumenta la sua quota di mercato nel settore ristorazione in autostrada sul territorio francese a seguito dell'operazione. Di conseguenza non si manifestano gli effetti della concentrazione esposti nelle obiezioni formulate dalla Commissione.

Tale modifica negli elementi di fatto dell'operazione prevista induce la Commissione a ritenere l'operazione compatibile con il mercato comune, subordinatamente a una serie di condizioni ed oneri ai sensi dell'articolo 8, paragrafo 2, secondo comma del regolamento, corrispondenti agli impegni assunti da Accor. Il tenore di tali condizioni ed oneri è stato comunicato, al fine di eventuali osservazioni, a CIWLT, che ha risposto alla Commissione in data 3 aprile 1992. CILWT ha anzitutto contestato il diritto di Accor di assumere l'impegno di cessione, in quanto questa non detiene il 100 % del capitale di CIWLT ed è necessario tener conto degli interessi degli azionisti di minoranza. Essa ha poi chiesto che venissero imposti ulteriori condizioni ed oneri oltre a quelli previsti nella lettera delle Commissione. Per quanto riguarda il primo punto, va detto che l'operazione, previa autorizzazione dalla Commissione,

consentirà a Accor di detenere il controllo di CIWLT e dunque di osservare gli impegni assunti nei confronti della Commissione. Per quanto riguarda il secondo punto la Commissione ritiene, dopo aver analizzato la situazione, che le altre condizioni e gli altri oneri proposti da CIWLT non siano necessari né per autorizzare la concentrazione, né per evitare un grave pregiudizio a CIWLT,

HA ADOTTATO LA PRESENTE DECISIONE:

Articolo 1

La concentrazione tra la Accor SA e la Compagnie internationale des wagons-lits et du tourisme è dichiarata compatibile con il mercato comune salvo adempimento dell'onere di cui all'articolo 2 e delle relative modalità di esecuzione di cui all'articolo 3.

Articolo 2

Accor si impegna a cedere le attività di ristorazione in autostrada della CIWLT in Francia che dipendono direttamente o indirettamente dalla Sogerba, con uno o più atti di cessione a favore di uno o più acquirenti, entro un determinato termine.

Articolo 3

L'onere di cui all'articolo 2 è soggetto alle seguenti modalità di esecuzione:

a) è esclusa la cessione a persone fisiche o giuridiche per effetto della quale sarebbe vanificato lo scopo della cessione medesima (vale a dire la soppressione di qualsiasi legame di qualunque natura tra la Sogerba e la Accor);

b) dalla data di ricèvimento della presente decisione fino alla data della cessione:

— non avrà luogo alcun trasferimento di attività della Sogerba alla Accor,

— la Accor provvederà affinché non vengano modificate le modalità di esercizio commerciale delle attività di ristorazione in autostrada dipendenti dalla Sogerba, in particolare affinché non vengano modificate le insegne dei ristoranti e dei punti di vendita;

c) la Accor è tenuta ad informare la Commissione delle misure prese in conformità all'articolo 2 la prima volta sei mesi dalla data di ricevimento della presente decisione in seguito con scadenza semestrale. Il presente obbligo d'informazione si estingue alla data della cessione, di cui la Commissione sarà informata senza indugio;

d) per Accor si intende:

— la società Accor,

— qualsiasi società controllata direttamente o indirettamente dalla Accor o da una persona giuridica o fisica che controlla direttamente o indirettamente la Accor,

— qualsiasi persona che agisce per conto di una società di cui ai due precedenti trattini;

e) per Sogerba si intende:

— la società Sogerba,

— qualsiasi società controllata direttamente o indirettamente dalla Sogerba o da una persona giuridica o fisica che controlla direttamente o indirettamente dalla Sogerba,

— qualsiasi persona che agisce per conto di una società di cui ai due precedenti trattini.

Articolo 4

È destinataria della presente decisione:

Accor SA
2, rue de la Mare-Neuve
F-91000 Evry

Fatto a Bruxelles, il 28 aprile 1992.

Per il Commissione

Leon BRITTAN

Vicepresidente