

BESLUIT

Besluit van de directeur-generaal van de Nederlandse mededingingsautoriteit als bedoeld in artikel 37, eerste lid, van de Mededingingswet.

Nummer: 166 / Accor-Postiljon

1. Op 1 april 1998 heeft de directeur-generaal van de Nederlandse mededingingsautoriteit een melding ontvangen waarin is medegedeeld dat de onderneming Motel Maatschappij Holland N.V. en Postiljon Beheer N.V. het voornemen hebben een concentratie als bedoeld in artikel 27 van de Mededingingswet aan te gaan. Van de melding is mededeling gedaan in Staatscourant 65 van 3 april 1998. Naar aanleiding van de mededeling in de Staatscourant zijn geen zienswijzen van derden naar voren gebracht.

I. DE PARTIJEN

2. Motel Maatschappij Holland N.V. is een naamloze vennootschap naar Nederlands recht. Motel Maatschappij Holland N.V. wordt hierna aangeduid als 'Mercure'. Mercure is actief op het gebied van hotelvoorzieningen, vergaderfaciliteiten en het verstrekken van maaltijden en dranken in hotel-restaurants. Zij exploiteert in Nederland hotels onder de naam 'Mercure'.

Alle aandelen in Mercure worden gehouden door Mercure International Hotels S.A.. Alle aandelen in Mercure International S.A. worden gehouden door Accor S.A., een vennootschap naar Frans recht (hierna: Accor). Accor is tevens, via 100% aandeelhouderschap in andere vennootschappen, houdster van alle aandelen in vennootschappen die in Nederland hotels exploiteren dan wel laten exploiteren onder de namen Formule 1, Ibis, Novotel en Sofitel. Door Accor worden in Nederland aldus vijf hotelketens geëxploiteerd. In totaal omvatten deze ketens in Nederland 33 hotels. Daarvan zijn er 28 in eigendom van (vennootschappen van) Accor. Eén hotel wordt op basis van een managementcontract met de desbetreffende hoteleigenaar geëxploiteerd. Vier hotels worden op franchisebasis geëxploiteerd.

3. Postiljon Beheer N.V. (hierna: Postiljon) is een naamloze vennootschap naar Nederlands recht. Postiljon is actief op het gebied van hotelvoorzieningen, vergaderfaciliteiten, het verstrekken van maaltijden en dranken in hotel-restaurants en het verzorgen van recepties, feesten en partijen.

Postiljon is de houdster van alle aandelen in Postiljon Hotel Exploitatie B.V. Laatstgenoemde vennootschap is houdster van alle aandelen in 10 besloten vennootschappen waarvan in 9 gevallen per besloten vennootschap één hotel-restaurant wordt geëxploiteerd (de tiende vennootschap is inactief). Voorts is Postiljon moederonderneming van vijf besloten vennootschappen waarin vastgoed en deelactiviteiten zijn ondergebracht. Voorts exploiteert Postiljon één hotel waarvan zij direct noch indirect eigenaar is.

4. Ambtshalve zijn vragen gesteld aan verschillende marktdeelnemers, aan het Bedrijfschap Horeca & Catering en aan de VVV-Groningen. Daarop zijn schriftelijke reacties ontvangen. Deze zienswijzen worden, voorzover er overwegingen aan zijn ontleend die dragend zijn voor dit besluit, in het

navolgende nader uiteengezet.

II. DE GEMELDE OPERATIE

5. De gemelde operatie houdt in dat Mercure alle aandelen in het aandelenkapitaal van Postiljon verkrijgt. Aangezien alle aandelen in Mercure worden gehouden door Mercure International Hotels S.A., en alle aandelen in Mercure International Hotels S.A. worden gehouden door Accor, verwerft Accor indirect alle aandelen in Postiljon.

III. TOEPASSELIJKHEID VAN HET CONCENTRATIE TOEZICHT

6. De gemelde operatie is een concentratie in de zin van artikel 27, onder b, van de Mededingingswet. De hierboven, onder punt 5 omschreven transactie leidt er toe dat Accor, via haar 100% deelnemingen in Mercure International Hotels S.A. en in Mercure, de uitsluitende zeggenschap verkrijgt in Postiljon.

7. Uit de bij de melding ter beschikking gestelde omzetgegevens blijkt dat de gemelde concentratie binnen het toepassingsbereik van de Mededingingswet valt.

IV. BEOORDELING A. Relevante markten

Relevante productmarkten

8. De partijen onderscheiden de relevante productmarkten in:

- zakelijke hotel- en vergadermarkt,
- toeristische hotelmarkt,
- de aan de hotelmarkt gekoppelde markt voor het verstrekken van maaltijden en dranken,
- het mogelijk maken van recepties, feesten en partijen.

9. Blijkens de melding is Accor niet actief in het mogelijk maken van recepties, feesten en partijen. Overlapping van deze activiteiten is aldus niet aan de orde. Ook anderszins geeft de voorgenomen concentratie met betrekking tot deze activiteiten geen aanleiding voor een mededingingsrechtelijke beoordeling. Deze activiteiten kunnen derhalve verder buiten beschouwing blijven.

10. Een beslissing over de vraag of het verstrekken van maaltijden en dranken in hotels moet worden beschouwd als een aparte productmarkt, kan achterwege blijven. Enerzijds kan verstrekking van maaltijden en dranken worden opgevat als zijnde een normale, in het hotelaanbod vaak verweven activiteit binnen de markt van hoteldiensten. Als zodanig valt die markt dan niet los te zien van het verstrekken van logies. Gesteld echter dat deze activiteit wel een aparte markt zou vormen, dan zou dat bij de mededingingsrechtelijke beoordeling geen andere uitkomst geven (zie hierna, punt 22).

11. Partijen duiden de zakelijke hotel- en vergadermarkt als één relevante markt aan. Zij noemen echter geen argumenten waarom de zakelijke vergadermarkt en de zakelijke hotelmarkt zouden behoren tot één en dezelfde markt. Een beslissing over de vraag of de vergadermarkt in de

onderhavige concentratie moet worden opgevat als een aparte markt kan echter achterwege blijven. Hoe de vergadermarkt ook wordt afgebakend, als deel uitmakend van de hotelmarkt, dan wel als een van de hotelmarkt te onderscheiden aparte markt, voor de mededingingsrechtelijke beoordeling heeft die afbakening in het onderhavige geval geen gevolgen (zie hierna, punt 23).

12. Partijen hebben evenmin onderbouwd waarop het onderscheid tussen de toeristische en de zakelijke hotelmarkt zou berusten. Noch in een bij de melding gevoegd onderzoeksrapport (*Hosta '97; The Benelux Hotel Industry 1997*), noch in het rapport *Horeca in cijfers 1997* van het Bedrijfschap Horeca & Catering wordt een zodanig onderscheid in aparte hotelmarkten gemaakt. Marktpartijen die op ambtshalve vragen hebben gereageerd, maakten geen gewag van een onderscheid tussen een toeristische en een zakelijke hotelmarkt. Er zijn ook overigens geen argumenten bekend op grond waarvan zou moeten worden aangenomen dat er sprake zou zijn van twee aparte relevante hotelmarkten. Dit onderscheid wordt derhalve in de beoordeling niet overgenomen.

13. Aldus blijft in de onderhavige concentratie de hotelmarkt over als de te beoordelen relevante productmarkt.

14. Partijen onderscheiden in de melding tussen hotelkamers van verschillende kwaliteit en voorzieningenniveau. Zij hanteren daarbij het binnen de Nederlandse hotelbranche gebruikelijke Benelux-Hotelclassificatie-systeem van het Bedrijfschap Horeca & Catering. Daarin worden hotelkamers in vijf categorieën ingedeeld (1 t/m 5 sterren). Partijen stelden zich aanvankelijk op het standpunt dat de over te nemen Postiljon-hotels niet of nauwelijks in concurrentie staan met de hotels van Mercure. Met name omdat Postiljon beschikt over 3-sterren hotels en Mercure over 4-sterren hotels, en vanwege het feit dat de hotels van deze ondernemingen qua ligging veel van elkaar verschillen.

15. In een aanvulling op de melding stelden partijen echter voorts dat de hotelmarkt is gesegmenteerd in kwaliteitsklassen. De indeling 'sterren' is een indeling in marktsegmenten, maar niet in van elkaar te onderscheiden (relevante) productmarkten, zo betoogden zij verder. Elk afzonderlijk segment is een goed alternatief voor het naastgelegen segment. Premisse daarbij is wel, zo werd ook door partijen gesteld, dat alternatief hotelaanbod zich binnen dezelfde geografische markt bevindt.

16. Het uitgangspunt zoals verwoord in punt 15 kan in beginsel worden gevolgd. Gelet op de aan de ster-aanduiding ten grondslag liggende criteria (o.a. bepaalde minimum-vereisten), kunnen de kwaliteitsverschillen tussen hotelkamers die slechts één ster in aanduiding verschillen, relatief klein zijn. Voorts vertoont de prijsstelling van hotelkamers een vrij brede spreiding. Dit geldt ook voor hotelkamers die behoren tot eenzelfde ster-categorie. Aldus is er een ruime overlap van prijzen, ook tussen hotelkamers die tot verschillende ster-categorieën behoren. Anderzijds is er onmiskenbaar een zeker verband tussen kwaliteitsniveau en prijsstelling.

17. Er zijn aldus redenen om aan te nemen dat er concurrentiedruk bestaat tussen hotels met uiteenlopende ster-classificatie. Dat wil zeggen, tussen hotels met uiteenlopende kwaliteit- en voorzieningenniveaus. Of echter de relevante productmarkt is beperkt tot hotels die behoren tot één en dezelfde ster-categorie dan wel, ruimer, tot hotels die onderling steeds een 'ster' verschillen, kan verder in het midden blijven. Bij de beoordeling zijn de effecten bezien van de onderhavige concentratie in beide marktsegmenten. Geen van deze toetsen geeft reden om aan te nemen dat er sprake is van een versterking of ontstaan van een dominante positie (zie punten 30 t/m 38).

Het hotelaanbod van de keten Formule 1 van Accor kan verder buiten

beschouwing worden gelaten. Dat hotelaanbod is qua opzet en voorzieningenniveau zodanig, dat het hoe dan ook niet tot eenzelfde segment als dat van Postiljon kan worden gerekend. Hotels van die keten scoren in de sterren-classificatie in het geheel niet.

Relevante geografische markt

18 Partijen geven aan dat de hotelmarkt een nationale markt is. Bij de beschrijvingen van de marktaandeelen is in de melding uitgegaan van cijfers die betrekking hebben op heel Nederland. Er is niet onderscheiden naar marktaandeelen binnen een kleiner geografisch gebied. Wel merkten partijen op dat hotels van Mercure en Postiljon elkaar nauwelijks beconcurreren, onder meer vanwege de verspreide ligging van hun hotels in Nederland. Partijen hebben in aanvulling op de melding een in hun opdracht door KPMG/BEA opgesteld rapport overhandigd. In dat rapport worden cijfers verstrekt die betrekking hebben op enkele kleinere geografische gebieden.

19. De hotelmarkt heeft zowel kenmerken van een nationale als een lokale markt. Hotelketens beschikken over hotels in meerdere plaatsen en ondervinden daardoor voordelen (zie hierna, punt 24). Of hiermee ook kan worden gesteld dat hotelvoorzieningen ook daadwerkelijk alleen op nationale schaal concurreren, is twijfelachtig. Bezien vanuit de vraagzijde lijkt het aannemelijk dat de keuze voor een plaats van bestemming die een reiziger/hotelnutgast maakt, in veel gevallen primair afhangt van zijn achterliggende reisdoel. Dit kan bijvoorbeeld een zakelijke ontmoeting, een toeristische attractie of een evenement zijn. Aldus gezien speelt de onderlinge concurrentie tussen hotels zich in elk geval ook op een veel kleiner geografisch gebied, te weten lokaal, af.

20. De vraag of de hotelmarkt gezien moet worden als een lokale dan wel als een nationale markt kan in het midden blijven. Afgezet op zowel nationaal als lokaal niveau is er geen reden om aan te nemen dat de voorgenomen concentratie zal leiden tot een versterking of het ontstaan van een economische machtspositie (zie hierna punten 30 t/m 38).

21. Of de vergadermarkt geografisch moet worden opgevat als het gehele Nederlandse grondgebied, dan wel ruimer of beperkter, bijvoorbeeld regionaal of lokaal, kan in het midden blijven. Het aanbod aan vergaderfaciliteiten is zowel op nationaal, regionaal als lokaal niveau zodanig, dat er geen reden is om aan te nemen dat de voorgenomen concentratie zal leiden tot een versterking of het ontstaan van een economische machtspositie.

B. Gevolgen van de concentratie

Verstrekking van maaltijden en dranken

22. Wordt ervan uitgegaan dat het verstrekken van maaltijden en dranken onlosmakelijk onderdeel vormt van de hotelmarkt, dan ondervindt die activiteit gelijke effecten als de hotelmarkt (zie hierna punt 39). Moet het verstrekken van maaltijden en dranken als een aparte relevante productmarkt worden beschouwd, dan zal de onderhavige concentratie daar nauwelijks enig effect sorteren. De markt voor het verstrekken van maaltijden en dranken is immers qua aantal aanbieders veel groter dan de aantallen hotels die tevens actief zijn in het verstrekken van maaltijden en dranken.

Vergaderfaciliteiten

23. Voor het verlenen van vergaderfaciliteiten zal de onderhavige

concentratie niet of nauwelijks nadelige concurrentiegevolgen kunnen hebben. Daarbij kan in het midden blijven of sprake is van een aparte vergadermarkt of van een aan de (zakelijke) hotelmarkt verbonden activiteit. In beide gevallen zal er geen dominantie ontstaan of worden versterkt. Gelet op de genoemde aantallen zaalaccommodaties en zalen in het rapport "*Kennis van zalen II, Ontwikkeling in de Markt voor externe bijeenkomsten 1991/1996*" van het Nederlands Research Instituut voor Recreatie en Toerisme en gelet op onder meer gegevens uit de ANWB Hotelgids 1998, is het aannemelijk dat de toevoeging van het zalenbestand van Postiljon aan dat van Accor, noch op lokaal, noch op regionaal of nationaal niveau een dominante positie zal creëren of versterken.

Hotelvoorzieningen

24. De Europese Commissie heeft in beschikkingen inzake concentraties die betrekking hadden op de hotelmarkt bij de beoordeling een onderscheid gemaakt tussen hotels die in dan wel buiten een keten worden geëxploiteerd (beschikking Accor/Wagons-Lits, IV/M.126, van 28 april 1992; Bass/Saison, IV/M.1133, van 23 maart 1998). Aan exploitatie binnen een (op nationale schaal opererende) keten zijn meerdere concurrentievoordelen verbonden, die tot indeling in een aparte markt aanleiding kunnen geven. Deze voordelen bestaan onder meer uit:

- het voeren van een gemeenschappelijke naam en handelsmerk;
- het voeren van gezamenlijke reclame en het gezamenlijk kunnen benaderen van bijv. tour-operators;
- het kunnen aanbieden van raam-contracten;
- gebruik kunnen maken van een gecentraliseerd reserveringssysteem;
- het kunnen aanbieden van kortingen aan hotelgasten binnen de keten;
- het kunnen bedingen van kortingen van leveranciers die aan hotels in de (nationale) keten leveren;
- de bekendheid van en vertrouwdheid met de handelsnaam.

25. Partijen zijn bij hun inschatting van de gevolgen van de concentratie alleen uitgegaan van het hotelaanbod van Mercure en dat van Postiljon. Aangezien dat hotelaanbod alleen bestaat uit hotels in de categorieën 3- of 4-sterren, hebben partijen hun beoordeling tot die twee sterren-categorieën beperkt.

26. Bij de beoordeling van de effecten dient echter ook acht te worden geslagen op het hotelaanbod van de andere ketens van Accor, te weten Ibis, Novotel en Sofitel. Deze hotels bevinden zich, met uitzondering van één 5-sterren Sofitel-vestiging, allen in het 3- of 4-sterren-segment. Het hotelaanbod van de vijfde keten van Accor, Formule 1 kan, (zoals hiervoor al aangegeven in punt 17), bij de onderhavige concentratie buiten beschouwing worden gelaten.

27. Bij de beoordeling van de effecten speelt voorts een rol dat hotelketens zich manifesteren in plaatsen in het hele land. Dit houdt in dat ketens op al die plaatsen waar zij beschikken over een hotel, ook in concurrentie treden met ondernemingen die alleen in die plaats een hotel hebben.

28. De concentratie heeft tot gevolg dat Accor in Nederland 10 hotels toevoegt aan de 33 hotels die zij via haar vijf hotelketens exploiteert, waarvan 14 (in enige vorm) Mercure-hotels. Alle tien Postiljon-hotels zitten in de 3-sterren-categorie. Drie Mercure-hotels zitten eveneens in de 3-sterren-categorie. De overige 11 zitten in de 4-sterren-categorie.

29. Gelet op het gestelde in de punten 24 t/m 27, worden de effecten van de onderhavige concentratie op de hotelmarkt beoordeeld vanuit meerdere invalshoeken. Te weten: nationale en lokale markt; exploitatie in en buiten ketenverband (binnen nationale markt); kwaliteitsverschillen (sterren-categorieën) en omzetten.

Nationaal

30. Onder de aanname dat de markt een nationale markt is, zijn in de hierna volgende punten de gevolgen van de concentratie op de marktaandelen van Accor weergegeven. Het totaal aantal hotelkamers in Nederland bedraagt circa 83.500. Het aantal hotelkamers met een aanduiding van 3- of 4-sterren (de overgrote meerderheid van het Accor-hotelaanbod) bedraagt circa 49.500.

31. Accor exploiteert in Nederland hotels in vijf ketens (Ibis, Novotel, Formule 1, Sofitel en Mercure). Inclusief de over te nemen hotels van Postiljon, zal Accor in totaal over circa 5050 hotelkamers beschikken. Op het totale aanbod van hotelkamers vormt dit een marktaandeel van circa 6 %.

Accor beschikt inclusief Postiljon over 4370 hotelkamers in de 3- en 4-sterren categorieën. Op het totale aanbod van 49.500 hotelkamers in de 3- en 4-sterren-categorieën resulteert dit laatste aantal in een marktaandeel van circa 9 %.

Nationaal/ ketens

32. Het totale aanbod van hotelkamers in Nederland dat wordt geëxploiteerd in ketens bedraagt 38.000. Afgezet tegen dit aantal bedraagt het marktaandeel in Nederland van Accor, inclusief Postiljon, circa 13 %.

Het totaal aantal kamers in de categorieën 3 en 4-sterren dat in Nederland wordt geëxploiteerd in hotelketens is circa 27.750. In deze categorie zal het marktaandeel van Accor, inclusief Postiljon, circa 15,5% zijn.

33. Voor de marktpositie van hotels die in een keten worden geëxploiteerd kan het voorts een voordeel zijn dat die keten onderdeel uitmaakt van een organisatie waarbinnen meerdere ketens worden geëxploiteerd. Accor is de enige organisatie die in Nederland meerdere hotelketens exploiteert.

Gelet op de relatieve marktaandelen van Accor, gaat van dit gegeven geen zodanige werking uit dat dit tot een andere of bijzondere appreciatie van de aangetroffen marktaandelen zou moeten leiden.

Lokaal

34. Uit de beide hiervoor genoemde beschikkingen van de Europese Commissie, alsook uit de beschikking in zaak IV/M.677 (Skanska Fastigheter/Securum Foervaltning) van 8 januari 1996 blijkt dat zij de effecten van concentraties in de hotelmarkt meermalen heeft beoordeeld op lokaal niveau.

35. Het is aannemelijk dat onder 'lokaal' kan worden begrepen een gebied dat door een (potentiële) hotelgast naar verwachting als één reisbestemming zal worden gezien. De afstanden tussen de hotels waaruit kan worden gekozen in een dergelijk gebied, moeten dan kort zijn.

Een bijzonderheid van Nederland is dat de afstanden tussen plaatsen, en dus ook plaatsen waar hotelvestigingen aanwezig zijn, relatief klein zijn. Daardoor zijn reisafstanden en reistijden eveneens relatief kort. Het is

aannemelijk dat van hotels die zijn gevestigd in nabij gelegen plaatsen, een wederzijdse concurrentiedruk uitgaat. De mate waarin hangt af van de omstandigheden, zoals de onderlinge afstanden en de transportmodaliteiten (aanwezigheid openbaar vervoer; (snel) wegverbindingen). Bij de beoordeling van de effecten op lokaal niveau is met dit gegeven rekening gehouden.

36. Een nauw gedefinieerde markt is de lokale markt zoals beschreven in punt 35. De concentratie heeft tot gevolg dat Accor twee hotels overneemt die zijn gelegen binnen zo'n lokale markt.

37. Onderdeel van de overname is het 3-sterren Postiljon-hotel te Bunnik. Accor beschikt in Utrecht over een 3-sterren-vestiging (Ibis) en in Utrecht-Nieuwegein over een 4-sterren vestiging (Mercure). Deze drie hotels tezamen vormen in en rond de stad Utrecht een hotelaanbod van 22% van het totale aanbod aan 3- en 4-sterrenkamers. In aantallen hotels: 3 van de 11.

Het marktaandeel wordt gerelativeerd door het feit dat binnen de totale hotelmarkt in en rondom de stad Utrecht er op de hotels in de categorieën 3- en 4-sterren onmiskenbaar een zekere concurrentiedruk uitgaat van de hotels die behoren tot het 2-sterren segment. Er zijn in de stad Utrecht meerdere hotels in dat 2-sterren-segment. In Utrecht zijn geen hotels in het 5-sterren-segment.

38. Een ander onderdeel van de overname betreft het 3-sterren Postiljon-hotel te Haren. Accor heeft voorts een 4-sterren hotelvestiging in de stad Groningen. In het segment 3- en 4-sterren zal Accor, inclusief het Postiljon-hotel te Haren, in en rond de stad Groningen een aandeel krijgen van ongeveer 35%. In aantallen hotels: 2 van de 13. Hierbij is rekening gehouden met de concurrentie die zal ontstaan van een hotel in aanbouw in de stad Groningen (opening verwacht medio 1999), alsook van hotels gevestigd in plaatsen gelegen rondom de stad Groningen, op relatief korte reisafstand. Alle meegewogen hotels behoren tot het 3- en 4-sterren categorie of zijn daarmee vergelijkbaar qua voorzieningenniveau en/of prijsstelling.

Het marktaandeel wordt gerelativeerd door het feit dat binnen de totale hotelmarkt in en rondom de stad Groningen er op de hotels in de categorieën 3- en 4 sterren onmiskenbaar een zekere concurrentiedruk uitgaat van de hotels die behoren tot het 2- respectievelijk het 5-sterren segment. Er zijn hotels in de 2- en 5 sterrencategorieën gevestigd in de stad Groningen en in de nabijheid daarvan. Voorts zijn er, afgezien het reeds genoemde in aanbouw zijnde hotel, andere plannen voor bouw of verbouw van bestaande hotels. Dit gegeven, gevoegd bij het feit dat eind 1997 een nieuw hotel in de stad Groningen is geopend, laat zien dat de hotelmarkt in en rondom de stad Groningen een behoorlijke dynamiek kent.

39. Zoals in de voorgaande punten 37 en 38 weergegeven, is er geen reden aan te nemen dat in enig lokaal gebied als gevolg van de voorgenomen concentratie een economische machtspositie zal ontstaan of zal worden verstrekt. Zoals blijkt in de punten 31 t/m 33 is dat evenmin het geval in enige andere omschrijving van de hotelmarkt.

VI. CONCLUSIE

40. Na onderzoek van deze melding, is de directeur-generaal van de Nederlandse mededingingsautoriteit tot de slotsom gekomen dat de gemelde operatie binnen de werkings sfeer van het in hoofdstuk 5 van de Mededingingswet geregelde concentratietoezicht valt. Hij heeft geen reden

om aan te nemen dat als gevolg van die concentratie een economische machtspositie kan ontstaan of worden versterkt die tot gevolg heeft dat een daadwerkelijke mededinging op de Nederlandse markt of een deel daarvan op significante wijze wordt belemmerd.

41. Gelet op het bovenstaande deelt de directeur-generaal van de Nederlandse mededingingsautoriteit mede dat voor het tot stand brengen van de concentratie waarop de melding betrekking heeft geen vergunning is vereist.

Datum: 24 juni 1998

w. g. A.W. Kist

directeur-generaal van de Nederlandse mededingingsautoriteit

Tegen dit besluit kan degene, wiens belang rechtstreeks bij dit besluit is betrokken, binnen zes weken na bekendmaking van dit besluit een gemotiveerd beroepschrift indienen bij de arrondissementsrechtbank te Rotterdam, sector bestuursrecht, Postbus 50951, 3007 BM, Rotterdam.

[terug](#)

Aan de inhoud van deze pagina's kunt u geen rechten ontleen.