

**DECISION DE LA COMMISSION**

**du 28 avril 1992**

**déclarant la compatibilité avec le marché commun**

**d'une concentration**

**(Affaire n° IV/M126 - ACCOR/WAGONS-LITS)**

**Règlement (CEE) n° 4064/89 du Conseil**

(Le texte en langue française est le seul faisant foi)

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,  
vu le traité instituant la Communauté économique européenne,  
vu le règlement (CEE) n° 4064/89 du Conseil, du 21 décembre 1989, relatif au contrôle des opérations de concentration entre entreprises<sup>1</sup>, et notamment son article 8 paragraphe 2,  
vu la décision de la Commission du 16 décembre 1991 d'engager la procédure dans cette affaire,  
après avoir donné aux entreprises concernées l'occasion de faire connaître leur point de vue au sujet des objections retenues à leur encontre,  
vu l'avis du comité consultatif en matière de concentrations rendu le 26 mars 1992<sup>2</sup>,  
considérant ce qui suit:

---

<sup>1</sup> JO n° L 395 du 30.12.1989, p.1, version rectifiée dans le JO n° L 257 du 21.09.1990, p.13.

<sup>2</sup> JO n° ..., du ....., p. ..

## **I. NATURE DE LA PROCEDURE**

- A. La présente procédure concerne une opération qui a été notifiée à la Commission conformément à l'article 4 du règlement (CEE) n° 4064/89 du Conseil (ci-après "le règlement"). La notification a pris effet le 15 novembre 1991. L'opération consiste dans l'acquisition envisagée par ACCOR S.A. (ci-après "ACCOR"), par l'intermédiaire de la holding COBEFIN, de l'ensemble des actions restant en circulation de la Compagnie Internationale des Wagons-Lits et du Tourisme (ci-après la "CIWLT") au moyen d'une offre publique d'achat (ci-après "OPA") précédée de l'acquisition de la majorité du capital de COBEFIN.

## **II. LES PARTIES**

- B. ACCOR est un groupe français de restauration et d'hôtellerie. Ses principales activités sont la restauration (en particulier sur autoroutes), la restauration collective, les titres-restaurants, l'hôtellerie (y compris la thalassothérapie), certaines activités de tourisme (croisières, tours opérateurs, etc.) et certains services liés.
- C. La CIWLT est un groupe belge de restauration, d'hôtellerie et de tourisme. Il est principalement actif en restauration (en particulier sur autoroutes et à bord de trains), en restauration collective, en hôtellerie (notamment à bord de trains) et dans les domaines de la location de voitures et des agences de voyages.

## **III. CONCENTRATION**

- D. A l'issue de l'OPA, dont la durée a expiré le 19 décembre 1991, ACCOR détient 69,5% du capital de la CIWLT. Préalablement à l'opération, ACCOR ne détenait qu'une participation minoritaire dans la CIWLT. Selon ACCOR, cette participation minoritaire ne lui permettait d'exercer aucun contrôle sur la CIWLT. Le tribunal de Commerce de Bruxelles, dans un jugement en date du 4 décembre 1991 dont ACCOR a relevé appel et qui ne lie pas la Commission, a toutefois considéré que, préalablement à l'opération, la CIWLT était conjointement contrôlée par plusieurs entreprises dont ACCOR. Il n'est pas nécessaire de déterminer si ACCOR exerçait déjà un contrôle conjoint sur la CIWLT avant l'opération. La Commission considère en effet que même une opération qui a pour objet ou pour effet de permettre à une entreprise qui exerçait sur une autre entreprise un contrôle conjoint au sens de l'article 3 paragraphe 2 alinéa 2 du règlement, de la contrôler seule, est une concentration au sens de l'article 3

paragraphe 1 lettre b) de ce même règlement<sup>3</sup>. L'opération est donc une concentration au sens de l'article 3 paragraphe 1 lettre b) du règlement.

#### IV. DIMENSION COMMUNAUTAIRE

E. Le chiffre d'affaires comptable du dernier exercice connu<sup>4</sup> tel qu'il figure au compte de résultats consolidé de chacune des entreprises concernées est le suivant:

ACCOR:        Ecus 1.992.511.122<sup>5</sup>  
CIWLT:        Ecus 2.332.250.499<sup>6</sup>

F. A la somme de ces deux chiffres d'affaires, ACCOR a proposé d'ajouter, en application de l'article 5 du règlement, le chiffre d'affaires dégagé par des exploitations de filiales minoritaires gérées par ACCOR ou une de ses filiales, en vertu de contrats de gestion hôtelière où ACCOR exploite au nom et pour le compte de la filiale minoritaire. Ces sociétés ne sont pas reprises dans les comptes consolidés. La Commission a observé que ces contrats réunissaient les caractéristiques suivantes:

- ACCOR gère l'hôtel sous une enseigne du groupe et en assume la direction. Il dispose d'un mandat à titre général et s'occupe de l'exploitation, du marketing et de la vente, de la gestion comptable et financière, du contrôle de gestion, du suivi juridique, administratif et fiscal. Sur option du propriétaire, il peut même prendre en charge d'autres services;
- ACCOR dispose de la maîtrise de la politique du personnel: il engage, gère, licencie et supervise. Il joue un rôle important en matière de formation. Seuls la négociation d'accords collectifs et le détachement de membres du personnel d'ACCOR dans l'hôtel demandent un accord explicite du propriétaire;
- le contrat est de longue durée (en moyenne 10 ans et souvent renouvelable tacitement);
- en cas de vente, location ou cession par le propriétaire de l'hôtel, l'acheteur ou le nouveau

---

<sup>3</sup> Cf. Décisions de la Commission des 28 novembre 1990 et 30 juillet 1991, dans les affaires IV/M023 (ICI/TIOXIDE) et IV/M062 (ERIDANIA/ISI).

<sup>4</sup> 1990

<sup>5</sup> Le taux de conversion de l'Ecu au FF retenu est 1 Ecu = 6,91412 FF (taux moyen pour l'année 1990).

<sup>6</sup> Le taux de conversion de l'Ecu au FB retenu est 1 Ecu = 42,4257 FB (taux moyen pour l'année 1990).

locataire doit s'engager à respecter et assumer toutes les obligations du propriétaire relatives à ACCOR. ACCOR pourra toutefois refuser l'opération et acheter ou louer l'hôtel au même prix ou loyer et selon les mêmes termes et conditions que ceux indiqués dans l'avis du propriétaire. Si l'acheteur ou le nouvel occupant refuse d'assumer les obligations du propriétaire et si ACCOR ne souhaite pas acheter ou louer l'hôtel, le contrat sera résilié et ACCOR percevra une indemnité [...\*...].

En conclusion, il apparaît que le contrat, en l'espèce, ne laisse pratiquement au propriétaire que le rôle d'apporteur de capitaux et confère à ACCOR celui de gestionnaire de plein exercice. Il s'ensuit qu'ACCOR a le droit de gérer les affaires des entreprises concernées au sens de l'article 5 paragraphe 4 lettre b) quatrième tiret du règlement. Cette conclusion résulte d'une analyse approfondie du contrat, notamment en ce qui concerne les pouvoirs exacts du propriétaire en matière budgétaire, qui a permis à la Commission de rallier les thèses d'ACCOR. Le chiffre d'affaires généré par les contrats concernés est de Ecus 495.232.730.

- G. Il y a en outre lieu de prendre en compte le poste "Autres Produits d'Exploitation" qui figure au compte de résultats de la CIWLT. La Commission estime que les éléments<sup>7</sup> de ce poste résultent bien de la vente de produits et de la prestation de services réalisées par la CIWLT et correspondent bien à ses activités ordinaires.

Ce poste représente Ecus 422.436.636<sup>6</sup>.

- H. La somme des montants qui figurent aux points 5 à 7 ci-dessus correspond au chiffre d'affaires total des entreprises concernées au sens de l'article 5 du règlement. Il s'élève à Ecus 5.240.000.000 environ. Le chiffre d'affaires total réalisé sur le plan mondial par l'ensemble des entreprises concernées représente donc un montant supérieur à Ecus 5 milliards.

---

\* Conséquente  
Dans le texte de la présente décision destiné à la publication, certaines informations ont été omises, conformément aux dispositions de l'article 17 paragraphe 2 du règlement (CEE) n° 4064/89 concernant la non-divulgaration des secrets d'affaires.

<sup>7</sup> notamment produit de la cession des véhicules d'occasion par EUROPCAR et primes de volume accordées à EUROPCAR par les constructeurs sur les achats.

- I. ACCOR, comme la CIWLT, a un chiffre d'affaires dans la communauté de plus de Ecus 250 millions.
- J. Les parties concernées n'ont pas plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires dans un seul et même Etat membre.
- K. En conséquence, la concentration est de dimension communautaire au sens de l'article 1 paragraphe 2 du règlement.

**V. APPRECIATION AU REGARD DE L'ARTICLE 2  
DU REGLEMENT SUR LES CONCENTRATIONS**

- L. La Commission a examiné les secteurs des tours opérateurs et des agences réceptives, de la restauration collective, de l'hôtellerie et de la restauration commerciale pour lesquels la concentration conduit à une augmentation de la part de marché d'ACCOR. Les relations verticales et conglomérales issues de la concentration ont été prises en compte dans le cadre de l'analyse de l'hôtellerie.

**A. Le secteur des tours opérateurs et des agences réceptives**

- M. Dans les secteurs des tours opérateurs et des agences réceptives, ACCOR et la CIWLT ont des activités marginales et occupent à ce jour une place très modeste sur le marché. Par conséquent, la Commission n'a pas inclus ces marchés dans la décision d'engager la procédure en application de l'article 6 paragraphe 1 lettre c) du règlement. La Commission n'a pas d'objections en ce qui concerne les effets de la concentration dans ces secteurs.

**B. Le secteur de la restauration collective**

- N. Dans le secteur de la restauration collective, la concentration n'entraînera une augmentation des parts de marché au profit de la nouvelle entité qu'en Allemagne et en Espagne.
- O. a) Le marché des produits en cause

Le marché des produits pertinents est le marché de la restauration collective concédée. La Commission entend par restauration collective concédée, la prestation de services de restauration hors foyer exécutée par des tiers et qui comprend principalement la fourniture de repas préparés au moins en partie - au sein même des collectivités publiques ou privées clientes:

- cette prestation de service est effectuée dans des secteurs divers, regroupant la restauration dans les lieux de travail (entreprises, administrations), dans

le secteur social ou de la santé (hôpitaux, maisons de retraite) et dans l'enseignement (lycées, collèges). La Commission rejoint l'appréciation d'ACCOR et de la plupart des concurrents interrogés selon laquelle il n'existe pas de différences significatives entre ces segments ou entre le secteur public et le secteur privé qui permettent de justifier l'existence de marchés distincts. Le "know how" de base est en effet le même et la majorité des entreprises concernées sont actives dans tous ces segments. On peut donc considérer que le marché de la restauration collective dans son ensemble constitue le marché pertinent en question;

-contrairement à l'opinion d'ACCOR, le marché pertinent n'inclut pas la restauration collective exécutée par des collectivités en autogestion (restauration collective directe). L'autogestion d'une cantine par une entreprise ou une administration n'est pas un service offert sur le marché de la prestation de services en matière de restauration. Elle ne représente pas une alternative pour les clients recherchant une restauration collective fournie par un tiers. Cette approche correspond à la pratique constante de la Commission<sup>8</sup>.

P. b) Le marché géographique en cause

Même si une tendance à l'ouverture des marchés se fait sentir, différentes caractéristiques conduisent à considérer le marché de la restauration collective comme ayant encore un caractère national:

- les dispositions légales sont différentes d'un Etat membre à l'autre notamment en matière d'attribution des marchés dans le secteur public et en matière sociale,
- les préférences des entreprises clientes ne sont pas les mêmes selon les Etats membres en matière de qualité du service, de mode de tarification, de prix, etc...
- la part de la restauration collective concédée, de la restauration collective en autogestion et le l'absence de restauration collective est très différente d'un Etat membre à l'autre.

Q. c) Compatibilité avec le marché commun.

17.1 Le marché de la restauration collective en Allemagne

---

<sup>8</sup> Cf. notamment la décision de la Commission du 23 septembre 1991 dans l'affaire IV/M134 (Mannesmann/Boge).

L'offre de la restauration collective en Allemagne est caractérisée par un grand nombre de petites entreprises ou gérants indépendants (Pächter) qui commercialisent leurs services de restauration collective à l'échelon local ou régional. Est également actif sur le marché un nombre restreint d'entreprises plus importantes en termes de taille et de capacité (ci-après "entreprises catering") et qui appartiennent le plus souvent à de grands groupes étrangers (par exemple ARA, Sodexo, Gardner & Merchant).

A la suite d'une investigation menée par la Commission auprès des huit entreprises allemandes les plus importantes, il semble que les prestations offertes par les entreprises catering d'une part et les petites entreprises et gérants indépendants d'autre part sont pour une large part substituables. Cette substituabilité s'explique par les raisons suivantes:

- en premier lieu, une partie non négligeable de la clientèle est constituée par des collectivités dont les besoins s'échelonnent dans une fourchette d'environ 100 à 400 repas par jour en moyenne, demande qui peut être servie tant par les grandes entreprises que par les plus petites;
- en second lieu, la "représentation sur place" de l'entreprise prestataire constitue pour la clientèle un élément important de choix. Ainsi, selon les informations dont dispose la Commission, il n'existe que rarement des contrats nationaux qui accordent à une entreprise catering des prestations de fourniture de repas à un groupe donné sur l'ensemble du territoire national ou européen;
- en troisième lieu, les gérants indépendants, du fait d'une plus grande flexibilité, concurrencent les entreprises de catering dont les coûts fixes sont plus élevés.

Pour l'appréciation de la position que la nouvelle entité acquerra sur le marché de la restauration collective, la question de savoir si les petites entreprises et les gérants doivent être incluses dans le marché en cause ou si elles forment au contraire un marché distinct peut rester ouverte. Dans les deux cas, la Commission estime que l'opération est compatible avec le marché commun.

- a) Si l'on inclut les activités des petites entreprises et concessionnaires, la valeur du marché de la restauration collective concédée allemande peut être estimée à 1,2 milliards d'Ecus. Sur un tel marché, la nouvelle entité aura une part de marché d'environ 20%, ce qui en soit n'est pas indicatif d'une position dominante.

b) Si l'on ne considère que les activités des grandes entreprises catering, et que l'on opte ainsi pour une définition de marché plus restrictive, le chiffre d'affaires cumulé des neuf entreprises catering les plus importantes s'élève à environ 450 millions d'Ecus<sup>9</sup>. Sur un tel marché, la nouvelle entité aura une part de marché de 51% environ, suivie par ARA (18%), Sodexho (11,8%), Pedus (7,3%) et un nombre d'entreprises ayant de plus faibles parts de marché (PSG, Apetito, KSG, Gardner and Merchant, et Zorn). Sur un tel marché, ACCOR occupera donc après la concentration une position importante tant en termes de parts de marché absolues et relatives, qu'en termes de puissance financière et de capacité. Cependant, malgré le renforcement de la position d'ACCOR, la Commission estime néanmoins que l'analyse globale des conditions de concurrence déterminant le marché allemand de catering telle qu'elle est requise par l'article 2 du règlement n'indique pas qu'ACCOR disposera d'une marge de manoeuvre lui permettant d'agir dans une large mesure indépendamment de ses concurrents et de ses clients pour les raisons suivantes:

- 1) Le marché allemand de la restauration collective concédée est un marché encore peu développé compte tenu de l'existence traditionnelle des cantines en autogestion, et en forte croissance. La majorité des entreprises catering interrogées par la Commission prévoit une croissance annuelle de 15 à 20% dans les prochaines années.
- 2) Il n'existe pas de barrières légales, techniques ou économiques particulières qui pourraient empêcher un concurrent nouveau d'entrer sur le marché ou qui pourrait entraver le développement d'un concurrent actuel, même de petite taille. Ceci a été d'une part confirmé par la majorité des entreprises catering interrogées par la Commission et est d'autre part illustré par le développement même du marché catering allemand, sur lequel sont entrés plusieurs entreprises étrangères dans les dernières années, soit par le biais de l'acquisition d'une entreprise allemande (Sodexho, Eiring + Ott) soit par l'établissement de filiales propres (Gardner & Merchant). Ces entreprises occupent actuellement une position significative comme le montre

---

<sup>9</sup> Source: informations des entreprises catering et Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes.

l'exemple de ARA et Sodexho qui représentent les numéros 2 et 3 des entreprises catering sur le marché allemand.

- 3) En outre, sont présents sur le marché du catering un nombre de concurrents (ARA, Gardner & Merchant et Sodexho) dotés d'une puissance financière comparable à celle de la nouvelle entité et qui exercent comme ACCOR des activités comparables dans d'autres Etats membres de la Communauté. D'autre part, la puissance financière ne semble pas constituer une condition nécessaire pour le succès d'une entreprise sur le marché concerné comme le montre l'existence d'entreprises de taille moyenne telles que Pedus, KGS ou Apetito.
- 4) Le comportement concurrentiel d'ACCOR sera en outre partiellement influencé par des petites entreprises et gérants indépendants qui représentent sur le plan régional ou local une alternative valable pour la clientèle concernée. En effet, la plus grande partie de la clientèle prenant en compte les entreprises "présentes sur place" qui garantissent en même temps une disponibilité directe et une prestation de services de caractère régional, ACCOR sera obligé de prendre en considération les réactions concurrentielles des gérants et des petites entreprises face à cette demande locale ou régionale. En conséquence, sa marge de manoeuvre sur le marché sera restreinte.
- 5) Enfin, la force de négociation des entreprises catering sera limitée en raison de ce que leur clientèle est constituée pour l'essentiel par des entreprises industrielles pour lesquelles la restauration collective est accessoire.

Compte tenu de ce que le marché est en expansion, de l'absence de barrières à l'entrée significatives, de la présence de concurrents de taille et puissance financière comparables, des effets concurrentiels émanant des petites entreprises et gérants indépendants offrant des services de restauration collective sur le plan local ou régional et de la nature de la clientèle, la part de marché qu'occupera la nouvelle entité ne confèrera pas au nouvel ensemble une position dominante ayant comme conséquence qu'une concurrence effective serait entravée de manière significative sur le marché allemand de la restauration collective.

## 17.2 Le marché de la restauration collective en Espagne

Le marché espagnol de la restauration collective concédée est comme le marché allemand un marché encore peu développé mais en forte croissance. Sa structure est caractérisée par la présence d'un certain nombre de petites entreprises dont l'activité géographique est restreinte et par quelques entreprises de plus grande taille dites "entreprises catering" qui couvrent selon les estimations de la profession près de 90% du marché de la restauration collective concédée.

Si seules les grandes entreprises sont retenues, la nouvelle entité aura, selon les informations à la disposition de la Commission, une part de marché de 43%. Elle sera suivie par Sodexho (22%), Husa (15%), Seruni6n (10,8%), Vasca (6,2%) et Osesa (5,4%). La concentration mènera donc sur le march6 espagnol à une part de march6 6lev6e de la nouvelle entit6, un renforcement de sa puissance financi6re et une am6lioration de son acc6s à la client6le. Pourtant, une analyse plus compl6te des conditions de concurrence montre qu'ACCOR n'acquerra pas une position dominante suite à la concentration ayant comme cons6quence qu'une concurrence effective serait entrav6e de mani6re significative sur le march6 espagnol. Ceci s'explique notamment par les raisons suivantes:

- 1) le march6 du catering espagnol est un march6 en croissance. Selon ACCOR, le taux de p6n6tration des soci6t6s de restauration collective en Espagne à l'heure actuelle est de 7%<sup>10</sup> de l'ensemble restauration collective et autogestion. Selon l'6tude GIRA-SIC, le march6 du catering en Espagne a connu une croissance annuelle de 10% pendant la p6riode 1980-1990. Les entreprises catering pr6sentes sur le march6 espagnol qui ont 6t6 interrog6es par la Commission ont confirm6 qu'elles s'attendent à une croissance comparable dans les prochaines ann6es.
- 2) Il n'existe pas de barri6res l6gales, techniques et 6conomiques particuli6res qui pourraient emp6cher un nouveau concurrent d'entrer sur le march6 ou qui pourrait entraver le d6veloppement d'un concurrent actuel, m6me de petite taille. En outre, un concurrent 6tranger a la possibilit6 d'entrer sur le march6 au moyen d'une acquisition ou par voie de cr6ation d'une soci6t6 commune avec une entreprise espagnole d6j4 6tablie sur le march6. En ce qui concerne l'expansion des concurrents actuels, les raisons d6j4 pr6sent6es sous le point 17.1.(2) pour le march6 allemand sont aussi valables pour le march6 espagnol.

---

<sup>10</sup> En nombre de repas.

- 3) En outre, la structure de l'offre du marché catering est caractérisée par l'existence d'un nombre de concurrents ayant des parts de marché significatives. L'existence d'entreprises de taille et de puissance financière moyennes montre que le succès sur le marché ne semble pas dépendre de la taille et de la puissance financière de l'entreprise.
- 4) Enfin, la clientèle des entreprises catering peut sans difficulté recourir, au niveau régional ou local, à des petites entreprises. Ces dernières représentent une alternative surtout en termes de prix en raison de leur plus grande flexibilité et en terme de disponibilité grâce à leur présence sur place. Ceci a été confirmé par la majorité des entreprises catering interrogées sur le marché espagnol.
- 5) La Commission estime de ce qui précède que la concentration ne mènera pas à une position dominante en faveur du nouvel ensemble ayant pour conséquence qu'une concurrence effective serait entravée de manière significative sur le marché espagnol de la restauration catering.

R. d) Conclusion

La Commission n'a pas inclus ces marchés dans la décision d'engager la procédure en application de l'article 6 paragraphe 1 lettre c) du règlement. La Commission n'a pas d'objections à l'égard de la concentration dans ce secteur.

**C. Le secteur de l'hôtellerie**

a) La décision d'engagement de la procédure

- S. La Commission a décidé, le 16 décembre 1991, d'inclure dans sa décision d'engager la procédure en application de l'article 6 paragraphe 1 lettre c) du règlement le secteur de l'hôtellerie. Cette décision n'a pas été suivie d'une communication conformément à l'article 18 du règlement, la Commission ayant estimé, suite aux investigations approfondies entreprises dans le cadre de la procédure, qu'elle n'avait pas d'objections à l'égard de la concentration dans le secteur de l'hôtellerie.

b) Le marché des services hôteliers délivrés au plan local

- T. Dans sa décision précitée, la Commission avait indiqué qu'elle avait examiné les effets de l'opération sur le marché des services hôteliers délivrés au plan local par les hôtels et hébergements assimilés. Cet examen avait porté tant sur les hôtels toutes catégories confondues que

séparément par catégorie. Pour ce marché, la Commission avait conclu que l'opération ne soulevait pas de doutes sérieux quant à sa compatibilité avec le marché commun.

c) L'étude de l'hôtellerie de chaîne

U. Suite à sa décision précitée, la Commission a entrepris des investigations approfondies sur l'hôtellerie de chaîne. Ces investigations l'ont conduite à formuler les observations suivantes:

- la profession distingue trois grandes catégories d'hôtels<sup>11</sup>: l'hôtellerie indépendante constituée d'entreprises juridiquement et économiquement indépendantes (59% du parc des hôtels homologués, 47% des chambres); les chaînes volontaires constituées par des groupes d'hôteliers indépendants et qui mènent sous une même enseigne des actions de commercialisation, de promotion, d'achats etc... (32% du parc des hôtels homologués et 23,7% des chambres); les chaînes intégrées qui exploitent directement par filiales ou indirectement par franchise ou contrat de gestion des hôtels (9,1% du parc des hôtels homologués et 25,6% du parc des chambres).
- sur le plan de l'offre, l'hôtellerie de chaîne se distingue par certains aspects de l'hôtellerie indépendante:
  - \* l'hôtellerie de chaîne est fondée sur un concept de réseau proposant de nombreuses implantations et qui répond par sa couverture géographique large à des besoins de services qui excèdent le cadre purement local;
  - \* du point de vue du produit et du service, l'hôtel de chaîne offre un produit plus homogène d'un hôtel à l'autre, une gamme de services plus étendue (plage d'horaires d'ouverture plus large, restauration, réseau de réservation, ...);
  - \* l'hôtellerie de chaîne repose également sur une politique d'enseigne commune et de marque qui fédère l'action marketing et commerciale des différents hôtels et leur permet d'accroître leur notoriété par des moyens inaccessibles pour un hôtel indépendant isolé, du fait de leur coût financier. Les hôtels de chaîne disposent également de modes de réservation centralisés qui leur sont propres (ex. Resinter pour ACCOR, Holidex pour Holiday Inn, etc...) ou de la possibilité d'accéder à des centrales de

---

<sup>11</sup> Rapport d'étude du groupement national des chaînes hôtelières "les chaînes hôtelières en France".

réservations internationales (par exemple Amadeus, Galileo, etc...);

- \* l'hôtellerie de chaîne développe une politique de démarchage volontariste vis-à-vis de la clientèle. Elle s'adresse à des intermédiaires tels que les tours opérateurs, les agences de voyage, les compagnies aériennes, les centrales de réservations, de même qu'à des grandes entreprises. Elle leur propose des contrats qui prévoient notamment des tarifs différenciés, des formules promotionnelles, l'accès à des services annexes tels que la location de voiture et qui visent à favoriser la fréquentation de leur réseau.

Par cette politique commune, les chaînes suscitent une demande agrégée, les performances d'un hôtel profitant aux hôtels du même réseau. A l'inverse, la fréquentation d'un hôtel indépendant qui dispose d'une seule implantation et qui ne bénéficie pas d'une notoriété issue d'un réseau est entièrement tributaire de la concurrence locale et des habitudes de fréquentation de la clientèle;

- sur le plan de la demande:

Il existe des grands clients, tours opérateurs, agences de voyage, grandes entreprises qui travaillent prioritairement avec ce type d'hôtels. En effet, les réservations ont un coût de transaction qui est moindre dès lors qu'elles entrent dans un cadre prénégocié. Les modalités de réservation répondent alors à des formules automatisées et à des accords-cadres quant aux prix facturés, aux conditions de paiement, de commissionnement ou de ristournes.

Il ressort des investigations menées que pour les chaînes dites intégrées, deux tiers au moins de leur chiffre d'affaires découlent des ventes par agences de voyage, tours opérateurs ou clients bénéficiant de l'application d'un contrat-cadre.

Enfin, grâce aux centrales de réservations et aux tours opérateurs, les chaînes ont un accès privilégié à la clientèle internationale.

En hôtellerie, ACCOR et la CIWLT exploitent en France principalement les chaînes suivantes: Formule 1, Ibis, Urbis, Novotel, Mercure, Sofitel pour ACCOR; Arcade, Altea et Pullmann pour la CIWLT.

La société ACCOR considère que l'hôtellerie de chaîne ne constitue pas un marché distinct de l'ensemble de l'hôtellerie. Il n'est pas nécessaire de déterminer dans le cadre de la présente décision si le marché de l'hôtellerie de chaîne doit être considéré comme distinct de l'hôtellerie indépendante. De même n'est-il pas nécessaire de déterminer le cadre géographique dans lequel s'exerce la concurrence.

En effet, même en retenant l'hypothèse la plus restrictive que constituerait celle d'un marché de chaînes hôtelières de dimension nationale, l'opération conduirait ACCOR/CIWLT à détenir sur le marché français de l'hôtellerie de chaîne une part de marché de 18,7% en termes de chiffre d'affaires et de 25% en termes de capacité (sur la base du nombre de chambres). Certes, ces parts de marché sont à rapprocher de ce qu'ACCOR occupe la première place sur le marché français, de ce que le groupe bénéficie d'une couverture géographique extrêmement large (des hôtels existent dans environ 200 villes hors région parisienne) et de ce qu'il est présent dans toutes les catégories d'hôtels grâce à ses nombreuses enseignes. En outre, ACCOR améliorera son accès à la clientèle par l'acquisition du réseau d'agences de voyages de la CIWLT et élargira sa gamme de services grâce au contrôle conjoint qu'il acquerra sur Europcar (locations de voitures). Toutefois, compte tenu des éléments suivants, les parts de marché observées, qui sont d'ailleurs en soi modestes, conduisent à considérer que l'opération n'aboutit pas à accorder au nouvel ensemble une position dominante:

- \* d'autres chaînes hôtelières concurrentes, ayant une puissance financière importante, telles que la Société du Louvre, Holiday Inn (groupe Bass Plc), Forte/Trust House, Hilton/Ladbroke, Marriott, ... sont présentes,
- \* l'hôtellerie française continue à se développer notamment par l'implantation de nouveaux hôtels de chaîne ainsi que par la modernisation du parc hôtelier indépendant facilitée par des mesures d'incitations et de soutien des pouvoirs publics;
- \* le regroupement croissant des hôtels indépendants en chaînes volontaires contribue à accroître l'offre des réseaux d'hôtels et donne aux agences, tours opérateurs et grands comptes des solutions de substitution. S'y ajoute le développement actuel et croissant des centrales indépendantes de réservation hôtelière;
- \* enfin, les grands clients que sont les tours opérateurs et les agences de voyages représentent par leur volume d'affaires un pouvoir de négociation dont les chaînes doivent tenir compte. Ils commercialisent en effet des prestations autres que l'hôtellerie (transport, locations de voiture, ...) et qui peuvent correspondre à une clientèle spécifique.

d) Conclusion

- V. La Commission considère par conséquent que la concentration ne crée pas ou ne renforce pas une position dominante ayant comme conséquence qu'une concurrence effective serait entravée de manière significative sur le marché de l'hôtellerie dans le Marché Commun ou sur une partie substantielle de celui-ci.

**D. LE SECTEUR DE LA RESTAURATION AUTOROUTIERE**

En restauration commerciale, seule est concernée la restauration autoroutière. En outre, dans ce secteur, la concentration n'entraînera une augmentation des parts de marché de la nouvelle entité qu'en France.

a) La décision d'engagement de la procédure

- W. Après examen de la notification, la Commission a décidé, le 16 décembre 1991, d'engager la procédure en application de l'article 6 paragraphe 1 lettre c) du règlement notamment parce qu'elle avait des doutes sérieux sur la compatibilité de la concentration avec le marché commun dans le secteur de la restauration autoroutière en France.

b) La communication au titre de l'article 18 du règlement

- X. Suite aux investigations menées auprès d'un large éventail d'entreprises et d'associations, la Commission a adressé à ACCOR le 29 janvier 1992 et à la CIWLT le 7 février 1992, une communication conformément à l'article 18 du règlement.

- Y. Les objections formulées dans la communication peuvent être résumées comme suit :

- 1) Le marché de la restauration autoroutière en France est un marché distinct de la restauration classique. Sur le plan de la demande, cela résulte du fait que la clientèle est spécifique (seuls les usagers d'autoroutes peuvent avoir accès à une telle prestation) et captive (la majorité des usagers ne sortent pas de l'autoroute lorsqu'ils souhaitent prendre un repas). Sur le plan de l'offre, l'activité de restauration autoroutière est caractérisée par une très forte variation du chiffre d'affaires selon les jours de l'année, une très grande importance des services annexes fournis à la clientèle, une ouverture sept jours sur sept et selon des horaires très larges et un encadrement juridique particulièrement contraignant en raison notamment des charges imposées par l'autorité publique.

- 2) Trois marchés de produits doivent être distingués à l'intérieur de la restauration autoroutière. Il s'agit de la restauration stricto sensu (avec un service à table ou en self-service), des prestations légères (petite restauration et boulangeries) et des ventes de produits alimentaires (par le biais de boutiques, appareils distributeurs, opérations pique-nique et vente à emporter). Cette différenciation repose, en ce qui concerne la demande, sur cinq critères (temps nécessaire à la consommation, nature du service rendu, prix, lieu de consommation et caractère professionnel ou de loisir du déplacement) et, en ce qui concerne l'offre, sur cinq autres critères (nature des entreprises pour chaque type de service, présence de plusieurs types de restauration sur une même aire, perception des concurrents d'ACCOR, clauses des cahiers des charges et montant des investissements).
- 3) Le marché géographique en cause est le marché français. La concurrence s'effectue essentiellement au niveau de l'implantation c'est-à-dire au moment de la soumission pour l'obtention du droit d'exploiter. Or, pour des raisons légales et réglementaires, les conditions d'implantation, comme d'ailleurs les conditions d'exploitation, sont uniformes sur tout le territoire national. En outre, les disparités entre les Etats membres dans l'organisation des réseaux autoroutiers et les conditions d'implantation et d'exploitation des restaurants ôtent tout caractère communautaire au marché. Ceci est confirmé par le fait que les principales entreprises de restauration autoroutière sont peu présentes dans plusieurs Etats membres à la fois, que les entreprises étrangères - à l'exception très particulière de la CIWLT - ne sont quasiment pas présentes en France et que les essais d'implantations sur les réseaux étrangers ont été en général des échecs.
- 4) Le projet de concentration créerait au profit de la nouvelle entité une position dominante ayant comme conséquence qu'une concurrence effective serait entravée de manière significative, sur les marchés de la restauration stricto sensu et des prestations légères, pour les raisons suivantes :
- la part de marché de la nouvelle entité atteindrait 89% en restauration stricto sensu et 69% pour les prestations légères,
  - en restauration stricto sensu le nouvel ensemble représenterait 18 fois son plus proche concurrent ; pour les prestations légères, un

très grand nombre de concurrents se partagerait 31% du marché,

- la part de marché ne semble pas susceptible de diminuer de manière sensible dans un proche avenir en raison notamment du nombre d'aires disponibles et de la durée des sous-concessions,
- en restauration stricto sensu, les seuls concurrents du nouvel ensemble resteraient un petit groupe - Elitair - dont la part de marché est de 5% et des restaurateurs indépendants ; pour les prestations légères, les seuls concurrents seraient les entreprises distributrices de carburants dont la force concurrentielle dans ce domaine est limitée,
- la puissance financière du nouvel ensemble serait sans commune mesure avec celle de ses concurrents,
- les barrières à l'entrée du marché sont très importantes. Elles résultent de contraintes légales et réglementaires (pas de liberté d'établissement, longue durée des concessions, lourdeur des charges administratives pour les petites entreprises), de ce que les autoroutes sont en nombre limité et que l'évolution du réseau est incertaine et de la difficulté pour les entreprises étrangères de pénétrer le marché,
- le nouvel ensemble verrait amélioré son pouvoir d'approvisionnement, bénéficierait plus que par le passé de l'avantage d'exploiter des aires qui se suivent et aurait une image plus diversifiée aux yeux des sociétés d'autoroutes,
- il n'est pas certain que l'on observe une évolution du progrès technique et économique au profit du consommateur. Même si tel était le cas, la Commission estime que d'autres moyens seraient possibles pour y parvenir. Quoi qu'il en soit, l'obstacle à la concurrence important que constitue la concentration sur les deux marchés de la restauration stricto sensu et des prestations légères, ne permettrait pas, dans le cas d'espèce, de modifier la conclusion de la Commission quant à la création par la nouvelle entité d'une position dominante qui entraverait d'une manière significative la concurrence sur les marchés en cause.

- 5) Si la restauration autoroutière doit être considérée comme un seul marché de produits, ce que la Commission conteste, la position n'est pas modifiée sur le fond. Dans une telle hypothèse en effet, la part de marché du nouvel ensemble est de 58% et les autres éléments décrits au point (4) ci-dessus restent similaires.

Une position dominante ayant comme conséquence qu'une concurrence effective serait entravée de manière significative sur le marché français est donc également observée.

c) La réponse d'ACCOR et de la CIWLT à la Communication

Z. Par lettre du 12 février 1992, ACCOR a formulé des observations sur la communication de la Commission. Les objections d'ACCOR peuvent être regroupées en deux catégories: celles par lesquelles ACCOR remet en cause les marchés de produits distingués par la Commission et celles par lesquelles elle conteste la création d'une position dominante. Au regard de chaque observation d'ACCOR figure la réponse de la Commission.

1) Objections relatives à la définition des marchés:

- a) ACCOR considère que le taux de 5% d'usagers d'autoroutes désirant consommer et qui sortent de l'autoroute pour ce faire apparaît sous-évalué. A ce propos, la Commission ne peut que répéter que ce taux de 5% a été indiqué par cinq sociétés d'autoroutes (sur sept interrogées) comme paraissant correspondre à la réalité. Elle note qu'ACCOR ne donne aucun élément probant susceptible de le remettre en cause.
- b) ACCOR regrette que la Commission n'ait pas indiqué que le type de restauration choisi dépend de la distance parcourue par l'usager. La Commission ne sait pas si ce critère est pertinent car aucun des tiers interrogés ne l'a mentionné. Si tel est le cas, l'observation d'ACCOR renforce le fait qu'existent bien trois marchés de produits pertinents.
- c) ACCOR indique que les ventes de prestations légères sont en augmentation. La Commission ne conteste pas ce fait mais remarque que cette évolution peut tout aussi bien traduire une baisse des ventes en boutiques ou de la consommation de produits achetés avant le trajet et hors de l'autoroute, qu'une baisse de la restauration stricto sensu.
- d) ACCOR note une augmentation de la part de marché des pétroliers face à la stagnation des entreprises de restauration autoroutière. A ce propos, il y a lieu de rappeler que les pétroliers ne sont pas présents en restauration stricto sensu, ce qui relativise ladite augmentation.
- e) ACCOR estime que la présence des différentes prestations sur une même aire et la configuration desdites aires facilitent la substitutabilité entre

ces prestations. La Commission maintient que la présence de différentes prestations sur une même aire montre que les attentes des consommateurs sont différentes. En outre, elle juge que l'importance accordée par ACCOR au second critère est exagérée d'autant plus que l'utilisateur est informé par une signalisation autoroutière spécifique (les pictogrammes).

- f) ACCOR est d'avis que l'existence de services annexes comparables pour les trois types de prestations et la présence de tables à proximité des distributeurs automatiques va dans le sens d'une homogénéité de l'offre. La Commission note que l'existence de ces services annexes ne remet pas en cause l'ensemble des critères au niveau de l'offre et de la demande qui permettent de distinguer trois marchés de produits. En outre, le second argument avancé qui ne correspond d'ailleurs pas à une pratique systématique, même s'il permettait de rapprocher prestations légères et vente de produits alimentaires, ne saurait autoriser une assimilation de la restauration stricto sensu au reste.
  - g) ACCOR considère que l'écart de prix entre les différentes prestations mentionné par ses concurrents est en fait plus réduit. La Commission note à ce propos qu'ACCOR admet toutefois qu'existe un écart de prix. Elle remarque que la fourchette indiquée par ACCOR est beaucoup plus un prix moyen et ignore par conséquent l'amplitude de prix.
- 2) Objections relatives à la création d'une position dominante:
- a) ACCOR reproche à la Commission de ne pas avoir tenu compte des plans de développement des sociétés d'autoroutes. La Commission remarque toutefois qu'en ce qui concerne les plans de développement en question ACCOR a changé de position depuis la notification (cf. p. 191) et ne mentionne aucun élément précis sur lesdits plans de développement. De plus, les sociétés d'autoroutes prévoient environ une trentaine de nouvelles implantations dans les cinq années qui viennent, soit un taux de progression annuel en unités faible (4%) qui ne saurait remettre en cause l'analyse faite par la Commission.
  - b) ACCOR estime que les boutiques des stations-services disposent d'une force financière comparable à celle d'ACCOR et CIWLT puisqu'elles dépendent des grands groupes pétroliers. La Commission remarque que contrairement à l'associé des exploitations de CIWLT,

le gérant de la boutique de la station-service est autonome financièrement et ne peut se réclamer de l'appartenance à un groupe.

- c) ACCOR cite certains groupes de restauration autoroutière qui disposent d'une puissance financière comparable à la sienne. La Commission ne peut que remarquer qu'aucun de ces groupes n'a été ou n'est présent sur le réseau autoroutier français.
- d) ACCOR précise que les sociétés déjà présentes sur le marché doivent toutefois resoumissionner pour les nouveaux appels d'offre. La Commission le reconnaît et rappelle néanmoins que la durée restant à courir de la plupart des sous-concessions est longue (au moins 10 ans).
- e) ACCOR considère que les petites entreprises peuvent s'implanter notamment en partenariat et note une évolution dans ce sens. La Commission considère que le partenariat montre combien il est difficile pour une petite entreprise de s'implanter seule. La part de marché des petites entreprises en restauration stricto sensu est à cet égard éloquente (5%).
- f) ACCOR fait valoir que l'opération de concentration permettrait une meilleure formation du personnel et une modernisation de certaines unités. La Commission observe tout d'abord que les gains de productivité revendiqués par ACCOR demeurent vagues, et n'ont pas fait l'objet d'une évaluation. Ensuite, à supposer que ceux-ci existent, rien ne permet de penser qu'ils seraient supérieurs aux coûts de fonctionnement créés par la plus grande dimension de la nouvelle entité. Enfin, sur le marché de la restauration autoroutière qui connaît une demande faiblement élastique, la nouvelle entité avec la position dominante qu'elle détiendrait, n'aurait pas d'intérêt à répercuter les gains supposés au consommateur.

Il s'ensuit que les observations d'ACCOR ne modifient pas fondamentalement les conclusions de la communication de la Commission. Postérieurement à ses observations, ACCOR a toutefois pris un certain nombre d'engagements qui seront exposés au point VI ci-après.

- AA. Par lettre du 18 février 1992, la CIWLT a formulé des observations sur la communication de la Commission. Les observations de la CIWLT peuvent être résumées comme suit. Au regard de chaque observation figure la réponse de la Commission :

- 1) La CIWLT estime que le marché géographique de référence de la restauration autoroutière deviendra prochainement un marché de dimension communautaire. Elle fonde cette thèse sur la proposition de directive du Conseil portant coordination des procédures de passation des marchés publics de services. Cette directive sera applicable à la restauration autoroutière. La Commission n'ignore pas l'existence de cette proposition et considère bien entendu qu'elle doit tenir compte de tels éléments lorsqu'il s'agit, dans le cadre du contrôle des concentrations, de déterminer la dimension géographique d'un marché de référence. Elle maintient toutefois que dans le cas dont il s'agit le marché de référence est le marché français et que rien ne donne à penser que cela changera dans les années qui viennent.

Dans le cas d'espèce, la directive, comme le souligne la CIWLT, est à l'état de position commune adoptée le 25 février 1992 par le Conseil. A fortiori, elle n'est pas encore transposée dans le droit interne des Etats membres. Cette directive n'établira en principe aucune disposition sur l'octroi des concessions. Les procédures de passation des marchés et les règles d'exploitation restent exclues de la directive pour le type de services concernés. En outre, la durée restant à courir des sous-concessions (10 ans et plus) est telle que la directive ne saurait produire ses effets qu'après une très longue période. Quant au nombre d'appels d'offres pour de nouvelles exploitations prévus dans les prochaines années, il est sans commune mesure avec le nombre actuel d'exploitations. La Commission estime par conséquent que le cas de figure est complètement différent de l'affaire IV/M102, TNT, citée par la CIWLT.

- 2) La CIWLT insiste sur les caractéristiques actuelles de ses exploitations. Celles-ci sont en effet exploitées en partenariat avec des restaurateurs locaux, des chambres de commerce ou des collectivités locales qui possèdent une participation minoritaire dans le capital des sociétés. Elle considère que ce partenariat qui confère des droits aux associés minoritaires fera perdurer l'exploitation commerciale séparée des réseaux ACCOR et WAGONS-LITS.

Une concurrence interne entre les établissements d'un même groupe n'est pas un argument suffisant pour accepter une position dominante du groupe concerné. [...\*...]. Il est exclu de toute façon qu'ACCOR

---

\* Possibilité pour ACCOR de modifier la structure existante de la CIWLT.

s'abstienne d'intervenir dans les décisions stratégiques et/ou la gestion des exploitations de la CIWLT. Il s'ensuit que l'argument de la CIWLT n'est pas pertinent aux yeux de la Commission.

Il résulte de ce qui précède que les observations de la CIWLT ne modifient pas fondamentalement les conclusions de la communication de la Commission.

d) Les observations des tiers

BB. Trois tiers ont présenté des observations écrites à la Commission conformément à l'article 18 du règlement et à l'article 15 du règlement (CEE) n° 2367/90 de la Commission.

Une société d'autoroutes a, par lettre du 6 février 1992, tenu à confirmer ses courriers antérieurs. Dans un de ces courriers, elle avait nettement exprimé qu'elle était opposée à la concentration en raison de l'obstacle à la concurrence qui en résulterait.

Une association professionnelle de sociétés d'autoroutes a, par lettre du 14 février 1992, indiqué que la concentration ne remettrait pas en cause, d'après elle, l'équilibre entre les deux réseaux, pour autant que perdure une concurrence interne (grâce au maintien d'enseignes distinctes) et que le système de partenariat local soit maintenu.

Une société d'autoroutes a, par lettre du 7 février 1992, fait savoir qu'elle souscrivait à la position de l'association professionnelle susmentionnée.

Les éléments présentés par les deux derniers tiers ont déjà été analysés par la Commission au point c) (2) ci-dessus. Ils ne modifient pas la conclusion de la communication de la Commission.

**VI. MODIFICATIONS APPORTEES DANS LE CADRE  
DU PROJET DE CONCENTRATION**

CC. Cependant, ACCOR a fait connaître à la Commission par lettre du 25 février 1992 sa volonté de modifier certains aspects de la concentration.

DD. A cet effet, elle entreprendra, dans un délai convenu, de céder les activités de restauration autoroutière de la CIWLT. Lesdites activités de restauration autoroutière de la CIWLT dépendent dans leur totalité directement ou indirectement d'une filiale de cette dernière, SOGERBA.

---

L'engagement d'ACCOR relatif à la cession est accompagné d'autres engagements destinés à rendre la cession pleinement effective.

L'engagement d'ACCOR ne lui interdit en aucune façon toute croissance interne de son activité de restauration autoroutière.

**VII. CONSEQUENCES DE LA CESSION DES ACTIVITES  
DE RESTAURATION AUTOROUTIERE DE LA CIWLT  
SUR L'ANALYSE CONCURRENTIELLE**

EE. La cession par ACCOR des activités de restauration autoroutière de la CIWLT constitue un changement important des éléments de fait entourant l'opération, et ayant une influence sur l'évaluation de la concentration sur le marché français de la restauration autoroutière.

En effet, il résulte de cette cession qu'ACCOR n'augmente pas sa part de marché en restauration autoroutière sur le territoire français après la concentration. Dès lors, les effets de la concentration mentionnés dans la communication de la Commission ne se produisent pas.

Ce changement dans les éléments de fait de l'opération envisagée amène la Commission à considérer l'opération comme compatible avec le marché commun sous réserve de conditions et charges au sens de l'article 8 paragraphe 2 alinéa 2 du règlement lesquelles sont la traduction des engagements d'ACCOR. Ces conditions et charges ont été transmises pour observation à la CIWLT qui a répondu à la Commission le 3 avril 1992. Elle a d'une part contesté le droit d'ACCOR de prendre l'engagement de cession estimant que le capital de la CIWLT n'était pas détenu à 100% par ACCOR et qu'il était nécessaire de tenir compte des intérêts des actionnaires minoritaires. Elle a d'autre part demandé que d'autres conditions et charges que celles communiquées par la Commission soient imposées. Sur le premier point, il y a lieu de répondre que l'opération, après autorisation de la Commission, permettra à ACCOR d'exercer le contrôle sur la CIWLT et donc de tenir l'engagement pris vis-à-vis de la Commission. Sur le second point la Commission estime, après analyse, que les autres conditions et charges proposées par la CIWLT ne sont pas nécessaires ni pour autoriser la concentration ni pour éviter un préjudice grave à la CIWLT.

A ARRETE LA PRESENTE DECISION:

**Article premier**

La concentration entre ACCOR S.A. et la COMPAGNIE INTERNATIONALE DES WAGONS-LITS ET DU TOURISME est déclarée compatible avec le marché commun, sous réserve de la charge visée à l'article 2 et de ses modalités de réalisation visées à l'article 3.

## **Article 2**

ACCOR cèdera les activités de restauration autoroutière de la CIWLT en France, qui dépendent directement ou indirectement de SOGERBA, en une ou plusieurs cessions au profit de un ou plusieurs acquéreurs, dans un délai donné.

## **Article 3**

La charge visée à l'article 2 est assortie des modalités de réalisation suivantes:

- a) est exclue toute cession à des personnes physiques ou morales dont la conséquence serait que l'effet utile de ladite cession (c'est-à-dire la suppression de tout lien de quelque nature que ce soit entre SOGERBA et ACCOR) ne serait pas atteint;
- b) à compter de la date de réception de la présente décision jusqu'à la date de réalisation de la cession:
  - aucun transfert d'activité de SOGERBA vers ACCOR n'interviendra,
  - ACCOR fera en sorte que la manière dont l'activité de restauration autoroutière dépendant de SOGERBA est exploitée commercialement, ne soit pas modifiée, et notamment que les enseignes des restaurants et points de vente ne soient pas modifiées;
- c) ACCOR informera la Commission des mesures prises pour se conformer à l'article 2 ci-dessus la première fois six mois à compter de la date de réception de la présente décision, puis tous les six mois. La présente obligation d'information prend fin à compter de la date de la cession dont la Commission sera informée sans délai;
- d) ACCOR signifie:
  - la société ACCOR,
  - toute société contrôlée directement ou indirectement par ACCOR ou par une personne morale ou physique que contrôle directement ou indirectement ACCOR,

- toute personne agissant pour le compte d'une société visée aux deux tirets qui précèdent;

e) SOGERBA signifie:

- la société SOGERBA,
- toute société contrôlée directement ou indirectement par SOGERBA ou par une personne morale ou physique que contrôle directement ou indirectement SOGERBA,
- toute personne agissant pour le compte d'une société visée aux deux tirets qui précèdent.

#### **Article 4**

ACCOR S.A.  
2, rue de la Mare-Neuve  
F - 91000 Evry

est destinataire de la présente décision.

Fait à Bruxelles, le 28 avril 1992

Pour la Commission,

Sir Leon BRITTAN

Vice-Président