

AFGØRELSE

Dato: 26. september 2023

Sag: MTF-23/06323-56

Sagsbehandler: /CENK

Godkendelse af Primo Tours A/S' erhvervelse af enekontrol over Bravo Tours 1998 A/S

**KONKURRENCE- OG
FORBRUGERSTYRELSEN**

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen modtog den 12. september 2023 en anmeldelse af en fusion mellem Primo Tours A/S (herefter "Primo Tours") og Bravo Tours 1998 A/S (herefter "Bravo Tours"), jf. konkurrencelovens § 12 b. Ifølge § 12 h, stk. 5, 3. pkt., løber fristerne i § 12 d, stk. 1, fra den dag, hvor styrelsen udover en fuldstændig anmeldelse har modtaget dokumentation for betaling af gebyret for anmeldelsen. Fristerne begyndte at løbe den 12. september 2023.

KONKURRENCE RÅDET

1. Transaktionen

Transaktionen indebærer, at Primo Tours erhverver samtlige aktier i Bravo Tours gennem en aktieoverdragelsesaftale. Primo Tours erhverver herved enekontrol over Bravo Tours og virksomhedens rettigheder og forpligtelser.

Transaktionen udgør en fusion omfattet af fusionsbegrebet, jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2.

2. Parterne og deres aktiviteter

Primo Tours indgår i en dansk rejsebureaukoncern med en række underliggende datterselskaber og brands (samlet, "Primo Tours-koncernen") herunder, Århus Charter, SunCharter, Dansk, Slopetrotter, Nortlander, USA Tours, Unique Travel og DANexplore. Desuden har Primo Tours et samarbejde med Amisol Travel A/S om at sælge rejser til Egypten. Primo Tours-koncernens hovedaktivitet består i at sælge ferierejser som pakkerejser. Foruden salg af pakkerejser sælger Primo Tours også i et begrænset omfang hotelværelser og flybilletter separat. Primo Tours sælger primært rejser til danske kunder samt i et begrænset omfang til udenlandske turister og udelukkende med afgang fra danske lufthavne. Primo Tours-koncernen har endvidere blandt andet aktiviteter vedrørende charterflyvirksomhed og drift af skisportshoteller i Østrig. Derudover er søsterselskabet Tourpaq A/S aktiv med levering af IT-software.

Bravo Tours er et dansk rejsebureau, som sælger ferierejser som pakkerejser. Bravo Tours sælger pakkerejserne gennem Bravo Tours, Top Tours ApS og Vision Travel ApS. Derudover sælger Bravo Tours også i et begrænset omfang flybilletter separat igennem selskabet BT Air Brokers ApS. Bravo Tours sælger primært rejser til danske kunder samt i et

begrænset omfang til udenlandske turister og udelukkende med afgang fra danske lufthavne.

3. Jurisdiktion

De deltagende virksomheder er Primo Tours og Bravo Tours. Ifølge det oplyste havde Primo Tours i 2022 en omsætning på [XX] kr. i Danmark. Bravo Tours havde i 2022 en omsætning på [XX] kr. i Danmark.

Eftersom de deltagende virksomheders omsætning overstiger omsætnings-tærsklerne i konkurrencelovens § 12, stk. 1, nr. 1, er der tale om en fusion omfattet af konkurrencelovens regler om fusionskontrol.

4. Det/de relevant(e) marked(er)

For at vurdere om fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, er det nødvendigt at afgrænse de relevante markeder, som fusionen berører.

Parterne har i fusionsanmeldelsen taget udgangspunkt i følgende relevante markeder:

- 1) *Nationalt marked for salg af ferierejser (segmenteret i salg af pakkerrejser)*
- 2) *Nationalt marked for online rejseformidling*
- 3) *EEA-marked for engrossalg af flysæder*
- 4) *Lokalt marked for hotelindkvarteringsydelser*
- 5) *Nationalt marked for levering af management-software*

Et relevant marked betragtes som et berørt marked, når enten

- (a) to eller flere af fusionsparterne er aktive på det samme relevante produktmarked, og fusionen vil medføre, at de tilsammen får en markedsandel på mindst 15 pct. (horisontale forbindelser), og/eller
- (b) en eller flere af fusionsparterne er aktive på et produktmarked i tidligere eller senere omsætningsled i forhold til det produktmarked, som en eller flere andre af fusionsparterne er aktive på, og her hver især eller tilsammen har en markedsandel på mindst 25 pct., uanset om der består et leverandør-/kunde-forhold mellem dem eller ej (vertikale forbindelser).

For så vidt angår 1) *det nationale marked for salg af ferierejser segmenteret i pakkerejser*, oplyser parterne, at dersom dette marked segmenteres yderligere på destinationsniveau, vil parternes samlede markedsandele være [20-30] pct. for Spanien og [10-20] pct. for Grækenland.¹

¹ Jf. Parternes fusionsanmeldelse tabel 1 og parternes svar af 18. september 2023 på styrelsens spørgsmål 1 af 15. september 2023.

Parterne har oplyst, at der også er overlap for så vidt angår salg af pakkerejser til destinationerne Italien, Tyrkiet, Portugal og Thailand, men ifølge parterne er deres samlede markedsandele mindre end 15 pct. for hver af disse destinationer. På et overordnet marked for salg af ferierejser evt. segmenteret i salg af pakkerejser (dog ikke yderligere på destinationsniveau), vil parternes samlede markedsandel ifølge parterne også ligge under 15 pct.²

For så vidt angår 2) *det nationale marked for online rejseformidling*, oplyser parterne, at selv hvis dette marked segmenteres yderligere for ”Travel service providers”, hvor parterne er aktive, vil parternes markedsandele være under 15 pct.³

For så vidt angår 3) *EEA-markedet for engrossalg af flysæder*, oplyser parterne, at uanset om der ses på en vertikal forbindelse mellem Primo Tours aktiviteter som flyselskab og Bravo Tours engrossalg af flysæder, eller om der ses på et horisontalt overlap mellem parternes aktiviteter, vil parternes samlede markedsandele være under hhv. 25. pct. (ift. den vertikale forbindelse) og 15 pct. (ift. det horisontale overlap).⁴

For så vidt angår 4) *det lokale marked for hotelindkvarteringsydelser*, oplyser parterne, at den vertikale forbindelse mellem Primo Tours’ separate salg af hotelværelser og Bravo Tours’ indkøb af disse til brug for salg af pakkerejser også vil være under 25 pct.⁵

For så vidt angår 5) *det nationale marked for levering af management-software*, oplyser parterne, at den vertikale forbindelse mellem Primo Tours’ aktiviteter som softwareudvikler til rejsearrangør-/rejsebureaubranchen og Bravo Tours’ aktiviteter vil være under 25 pct.⁶

Ifølge parternes oplysninger er markederne under punkt 2)-5) ovenfor således ikke berørte, og de oplyste vertikale forbindelser og horisontale overlap vil derfor ikke blive undersøgt nærmere.

I det følgende vil styrelsen vurdere de horisontalt berørte markeder for salg af pakkerejser til henholdsvis Spanien og Grækenland.

4.1 Markedet for salg af pakkerejser

Primo Tours og Bravo Tours har begge aktiviteter inden for salg af ferierejser i Danmark herunder inden for salg af pakkerejser til adskillige

² Jf. Parternes fusionsanmeldelse punkt 184.

³ Jf. Parternes fusionsanmeldelse punkt 100.

⁴ Jf. Parternes fusionsanmeldelse punkt 106.

⁵ Jf. Parternes fusionsanmeldelse punkt 109.

⁶ Jf. Parternes fusionsanmeldelse punkt 113.

destinationer. Fusionen indebærer derfor som nævnt et horisontalt overlap for så vidt angår salg af ferie- og pakkerejser.

4.1.1 Det relevante produktmarked

Kommissionen har i sin tidligere praksis foretaget en sondring mellem forretningsrejser og ferierejser.⁷

Kommissionen har desuden overvejet at afgrænse et marked for salg af ferierejser i form af pakkerejser udbudt af rejsearrangører, men Kommissionen har ladet den endelige markedsafgræsning stå åben, da det ikke havde betydning for vurderingen.⁸

Ligeledes har den hollandske konkurrencemyndighed Autoriteit Consument & Markt ("ACM") overvejet at afgrænse et marked for salg af pakkerejser. ACM lod dog den endelige afgræsning stå åben, idet fusionen ikke gav anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder selv på det mest snævre marked.⁹

Inden for et segment for salg af pakkerejser har Kommissionen overvejet yderligere segmenteringer på basis af:

- a) *destinationsland,*
- b) *grupper af destinationslande,*
- c) *rejsetid, herunder et særskilt segment for henholdsvis short/medium haul rejser og for long haul rejser¹⁰, og efter*
- d) *rejsetyper, herunder à la carte pakkerejser, turpakkerejser, klubpakkerejser og pakkerejseophold.¹¹*

Det er parternes vurdering, at der skal afgrænses ét samlet marked for ferierejser. Ud fra en efterspørgselssubstitutionsbetragtning gør parterne gældende, at forbrugerne i stigende grad køber flybilletter og hotelindkvartering direkte fra flyselskaberne og hotelvirksomhederne. Ifølge parterne har denne udvikling medført et stigende pres på pakkerejseudbydere, hvorfor forbrugerne er i bedre stand til at sammensætte deres egne rejser, hvis prisen på pakkerejser skulle stige.¹²

⁷ Jf. Kommissionens afgørelse af 20. oktober 2016, sag M.8046 – TUI/Transat France, punkt 11.

⁸ Jf. Kommissionens afgørelse af 10. december 2019, sag M.9421 – Triton/Corendon, punkt 26 (henvisningssag) og Kommissionens afgørelse af 20. oktober 2016, sag M.8046 – TUI/Transat France, punkt 27.

⁹ Jf. ACM/20/041207 - Sunscreen BidCo B.V./Corendon Holdings Bb.V, punkt 83.

¹⁰ Jf. Kommissionens afgørelse af 12. december 2019 i sag M.9421- Triton/Corendon, punkt 50-57 (henvisningssag) og Kommissionens afgørelse af 10. oktober 2016 i sag M.8046 - Tui /Transat France, punkt 59.

¹¹ Jf. Kommissionens afgørelse af 12. december 2019 i sag M.9421- Triton/Corendon, punkt 28 (henvisningssag).

¹² Jf. Parternes fusionsanmeldelse punkt 74.

Styrelsen vurderer i overensstemmelse med praksis, at der til vurderingen af denne fusion kan tages udgangspunkt i et nationalt dansk marked for salg af pakkerejser segmenteret på destinationsniveau, herunder Spanien og Grækenland. Styrelsen vurderer dog, at den endelige markedsafgrænsning kan stå åben, da fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset om der afgrænses snævert til et marked for salg af pakkerejser segmenteret til destinationer, bredere til et marked for salg af pakkerejser til destinationsgrupper eller endnu bredere til et samlet marked for ferierejser, jf. nærmere herom i afsnit 5.

For så vidt angår de plausible segmenter inden for kategorierne b)-d), er der ifølge parternes oplysninger ikke tale om berørte markeder, hvorfor styrelsen ikke vil undersøge fusionens virkninger på disse segmenter yderligere.¹³

4.1.2 Det relevante geografiske marked

Kommissionen har i sin tidligere praksis afgrænset markedet for salg af pakkerejser nationalt.¹⁴

Den hollandske konkurrencemyndighed ACM konkluderede, at markedet for solferierejser segmenteret efter korte og mellemlange distancer var nationalt.¹⁵

Parterne tager i anmeldelsen udgangspunkt i et nationalt dansk marked for ferierejser evt. segmenteret yderligere til salg af pakkerejser.¹⁶

Styrelsen finder ikke anledning til at afvige fra tidligere praksis i denne fusion. Til brug for vurderingen tager styrelsen udgangspunkt i et nationalt dansk marked for salg af pakkerejser segmenteret på destinationsniveau, herunder Spanien og Grækenland.

5. Vurdering af fusionens konkurrencemæssige virkninger

Fusionen indebærer, at den fusionerede enhed ifølge parternes oplysninger opnår markedsandele på 15 pct. eller derover på følgende potentielle relevante markeder:

- Et nationalt marked for salg af pakkerejser til Spanien
- Et nationalt marked for salg af pakkerejser til Grækenland

¹³ Jf. Parternes fusionsanmeldelse punkt 88, tabel 6, punkt 167-168 og punkt 190.

¹⁴ Kommissionens afgørelse af 12. december 2019 i sag M.9421- Triton/Corendon, punkt 77 (henvisningssag) og Kommissionens afgørelse af 10. oktober 2016 i sag M.8046 - Tui /Transat France, punkt 65.

¹⁵ Jf. ACM/20/041207 - Sunscreen BidCo B.V./Corendon Holdings Bb.V, punkt 83.

¹⁶ Jf. Parternes fusionsanmeldelse punkt 91.

5.1 Markedet for salg af pakkerejser til Spanien

Parterne har oplyst i anmeldelsen, at Primo Tours og Bravo Tours har markedsandele på hhv. [0-5] pct. og [10-20] pct. i 2022 på et dansk marked for salg af pakkerejser til Spanien.¹⁷ Efter fusionen vil parternes samlede markedsandele ligge under 25 pct., hvilket ifølge Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner kan være et indicium for, at fusionen ikke kan antages at hæmme den effektive konkurrence betydeligt, medmindre særlige forhold gør sig gældende.¹⁸

Parterne har derudover oplyst, at HHI efter fusionen vil være [1.500-2.000], og fusionen vil medføre et delta HHI på [<250].¹⁹ HHI og ændringen i HHI ligger dermed under Kommissionens tærskler for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale konkurrencemæssige problemer.²⁰

Parterne har dertil oplyst, at der eksisterer en række konkurrenter inden for dette marked, herunder bl.a. Spies, TUI, Apollo, Sunweb og Corendon, som forbrugerne vil have mulighed for at vælge imellem ved køb af pakkerejser til Spanien.

Styrelsen vurderer på baggrund af ovenstående, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på et marked for salg af pakkerejser til Spanien.

5.2 Markedet for salg af pakkerejser til Grækenland

Parterne har oplyst, at Primo Torus og Bravo Tours har markedsandele på hhv. [5-10] pct. og [10-20] pct. i 2022 på et marked for salg af pakkerejser til Grækenland.²¹ Efter fusionen vil parternes samlede markedsandele ligge under 25 pct., hvilket ifølge Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner kan være et indicium for, at fusionen ikke kan antages at hæmme den effektive konkurrence betydeligt, medmindre særlige forhold gør sig gældende.²²

¹⁷ Jf. Parternes fusionsanmeldelse tabel 8.

¹⁸ Jf. Kommissionens Retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (2004/C 31/93), punkt 18.

¹⁹ Jf. Parternes fusionsanmeldelse tabel 9.

²⁰ Jf. Kommissionens Retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (2004/C 31/93), punkt 20. Det er usandsynligt, at Kommissionen vil påvise horisontale konkurrencemæssige problemer ved et HHI efter fusionen på mellem 1.000 og 2.000 og et delta under 250, eller et HHI efter fusionen på over 2.000 og et delta under 150.

²¹ Parternes svar af 18. august 2023 på styrelsens spørgsmål 1 af 15. august 2023.

²² Jf. Kommissionens Retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (2004/C 31/93), punkt 18.

Parterne har derudover oplyst HHI efter fusionen vil være [1.500-2.000], og fusionen vil medføre et delta HHI på [<250].²³ HHI og ændringen i HHI ligger dermed under Kommissionens tærskler for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale konkurrencemæssige problemer.²⁴

Parterne har dertil oplyst, at der eksisterer en række konkurrenter inden for dette marked, herunder bl.a. Spies, TUI, Apollo, Sunweb og Corendon, som forbrugerne vil have mulighed for at vælge imellem ved køb af pakkerejser til Grækenland.

Styrelsen vurderer på baggrund af ovenstående, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på et marked for salg af pakkerejser til Grækenland.

6. Konklusion

Idet fusionen på baggrund af de foreliggende oplysninger ikke giver anledning til indsigelser, har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen godkendt fusionen efter en forenklet sagsbehandling, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 7.

Godkendelsen er givet under forudsætning af, at de oplysninger, der kan tilskrives de deltagende virksomheder, er korrekte, jf. konkurrencelovens § 12 f, stk. 1, nr. 1.

²³ Parternes svar af 15. august 2023 på styrelsens spørgsmål 2 af 15. august 2023.

²⁴ Jf. Kommissionens Retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (2004/C 31/93), punkt 20. Det er usandsynligt, at Kommissionen vil påvise horisontale konkurrencemæssige problemer ved et HHI efter fusionen på mellem 1 000 og 2 000 og et delta under 250, eller et HHI efter fusionen på over 2 000 og et delta under 150.