

NOTAT

Dato: 26. juni 2017

Sag: 15/06094-91

Sagsbehandler: /JKK

**Projektevaluering: Rådssag om Campingrådets campingpasordning
(15/06094)**

**KONKURRENCE- OG
FORBRUGERSTYRELSEN**

Indstilling	Projektet "Campingrådets campingpasordning" er afsluttet og slettet fra porteføljen.
Erfaringer (punktform)	<ul style="list-style-type: none">• Sagens særlige karakter (at der tale om en paraplyorganisation med blandede erhvervsinteresser) var med til at mudre billedet i forhold til det horisontale aspekt, som sagen gik på. Case temaet fik med sagen klarlagt rådets holdning til, at sådanne typer vedtagelser i en paraplyorganisation ikke er af vertikal karakter, men rettelig af horisontal karakter.• Det er en sag med mange (mulige) parter, og case teamet fik relativt hurtigt i processen skåret sagen til i forhold til spørgsmålet om rette adressat for et påbud.• Der skal rigtig meget til (hvis overhovedet muligt) i en "til formål" sag, førend Konkurrencerådet accepterer bindende tilsagn, når tilsagn samtidig bliver tilbudt på tidspunkt, hvor klagepunktsmeddelelse allerede er fremsendt og lige inden høringsmødet.
Resumé af rådssagen	<p>Sagen vedrører to vedtagelser i regi af paraplyorganisationen Campingrådet om hhv. ens priser for salg af CKE-campingpas på campingpladser i Danmark, og om at ekskludere konkurrerende campingpas, herunder den hollandske virksomhed ACSI's campingpas.</p> <p>Et campingpas er et alternativt legitimationsbevis, som en campist kan forevise ved ankomst til campingpladsen og eventuelt efterlade i receptionen indtil opholdet afsluttes, i stedet for at campisten efterlader sit pas. Et campingpas kan udover nævnte ID-funktion også have andre ydelser tilknyttet, fx rabat og/eller ansvarsforsikring over for tredjemand.</p> <p>Sagens parter er Campingrådet og DK-CAMP.</p> <p>Campingrådet er en paraplyorganisation for camping i Danmark. Campingrådets medlemmer er bestående af 12</p>

ERHVERVS MINISTERIET

foreninger, der repræsenterer henholdsvis campingpladsejere, campingpladsbrugere og andre organisationer såsom DK-CAMP, DCU, FDM, Camping Branchen, Dansk Turismefremme m.fl. Det er ikke muligt for hverken campingpladsejere eller campister at opnå medlemskab af Campingrådet.

DK-CAMP er en frivillig kæde for 300 selvstændige campingpladser. DK-CAMP har spillet en væsentlig rolle i forbindelse med vedtagelsen af nævnte pris for CKE-pas og vedtagelsen om at ekskludere andre campingpas.

Campingrådet organiserer næsten 90 pct. af campingpladserne i Danmark. De pågældende campingpladser er enten repræsenteret via brancheforeningen DK-CAMP og DCU, via Campingrådets repræsentantskab og bestyrelse, eller er omfattet af en samarbejdsaftale med Campingrådet, som forpligter dem til at følge Campingrådets forskrifter, bl.a. i relation til campingpasordningen. Campingrådet sælger CKE-pas til campister via foreningens hjemmeside, og Campingrådet fører kontrol med, at campingpladserne overholder forskrifterne under campingpasordningen.

Det er således en betingelse, at campingpladserne over for deres kunder (campisterne) stiller krav om forevisning af et gyldigt CKE-pas for at give kunderne adgang til campingpladsen. For kunder, som ikke kan forevise et gyldigt CKE-pas, skal campingpladserne tilbyde at sælge de af Campingrådet udstedte CKE-pas til en ens pris fastsat af Campingrådet. Det er derudover omfattet af Campingrådets bestemmelser i samarbejdsaftalen, at campingpladserne kun accepterer CKE-pas, som et adgangsgivende identitetsbevis.

ACSI Publishing BV (ACSI) er en hollandsk virksomhed, der bl.a. udsteder et campingpas, ACSI Club ID, der - ligesom CKE-passet - kan anvendes som alternativt identitetsbevis i stedet for at fremvise et pas ved check in på en campingplads.

Campingrådet har af flere omgange udmeldt til sine medlemmer, at ACSI Club ID ikke er et gyldigt campingpas, hverken i Danmark eller på nogen campingpladser i Europa.

De relevante vedtagelser er truffet af Campingrådets bestyrelse, hvor bl.a. DK-CAMP er repræsenteret samt yderligere to repræsentanter for campingpladserne, og vedtagelserne er efterfølgende meldt ud til medlemmerne via henholdsvis Campingrådet og DK-CAMP.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har vurderet, at vedtagelsen om ens priser for salg af CKE-pas har til formål at begrænse priskonkurrencen mærkbart i det horisontale led mellem campingpladserne. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har desuden vurderet, at vedtagelsen om ikke at acceptere andre campingpas end CKE-pas, herunder specifikt at afvise ACSI Club ID, har til formål at ekskludere udbydere af konkurrerende campingpas fra markedet, hvilket i sidste ende medfører høje priser til skade for forbrugerne.

Der er tale om et horisontalt samarbejde mellem campingpladserne i regi af Campingrådet. Campingrådet er sammensat af bl.a. DK-CAMP, der repræsenterer 300 selvstændige, danske campingpladser, og som har haft formandskabet fra 2003-2016, og DCU, som ejer 23 campingpladser. Derudover er yderligere tre campingpladser medlem af Campingrådets repræsentantskab, hvor to af disse er medlemmer af bestyrelsen. Campingrådet har endvidere indgået samarbejdsaftaler med de enkelte campingpladser, som giver Campingrådet mulighed for at føre kontrol med, om campingpladserne (bl.a.) overholder betingelserne om salg af CKE-pas. Hertil kommer, at Campingrådet har oplyst, at forpligtelsen for campingpladserne til at skaffe Campingrådet indtægter gennem salget af CKE-pas er en del af og kan ligestilles med det kontingent, som de godkendte campingpladser - via deres respektive sammenslutning af campingpladser - betaler til Campingrådet. Campingrådet sælger endelig - ligesom campingpladserne - CKE-pas til campister direkte fra Campingrådets hjemmeside.

Væsentligste problemer

De væsentligste problemer i sagen har været:

1. At den oprindelige projektbeskrivelse for sagen havde et mere "simpelt sigte" med udgangspunkt i, at sagen kunne gennemføres relativt hurtigt som en "til formål"-overtrædelse på et relativt lille marked med en begrænset omsætning.
2. At tilskære sagen, således at de "rette" parter blev udvalgt, i den forstand at størst mulig effekt kunne opnås, uden at styrelsen brugte unødigt mange ressourcer på sagen.
3. At få det horisontale aspekt endnu mere klart og tydeligt frem, som også anbefalet af Kommissionen i forbindelse med høringen over udkast til klagepunktsmeddelelse.

Succes-

I projektbeskrivelsen blev følgende succeskriterier og

kriterier og leverancer

leverancer opstillet:

- ”Under forudsætning af, at campingpasordningen udgør en konkurrencebegrænsende adfærd, er det et succeskriterium med henblik på at bidrage til at sikre konkurrencen på markedet for campingpas, at Campingrådet ændrer praksis for så vidt angår den horisontale koordinering med campingpladserne omkring kravet om CKE og prisen på dette.
- Samtidig er det et succeskriterium, at projektgruppen leverer et godt og gennearbejdet produkt, som der ikke kan rettes berettiget kritik af.
- Et tredje succeskriterium er, at projektgruppen udnytter tid og ressourcer på den mest effektive måde bl.a. set i relation til, at der umiddelbart er tale om en ”til formål”-overtrædelse på et relativt lille marked med en begrænset omsætning.
- Endelig er det et succeskriterium, at de vigtigste leverancer overholder milepælsplanen og at ressourceestimatet overholdes.”

Projektet har overholdt de aftalte succeskriterier med undtagelse af overholdelse af ressourceestimatet, jf. nærmere om dette nedenfor under ”ressourcer”.

De aftalte leverancer er ikke helt blevet overholdt. Dette kan skyldes en flerhed af forhold, herunder en intern misforståelse/miskommunikation, som medførte behov for udarbejdelse af et revideret knastenotat om rette adressat. Notatet blev afleveret og godkendt af styregruppen i maj 2016 (i stedet for februar 2016, jf. projektbeskrivelsen). Således blev også fremsendelse af udkast til klagepunktsmeddelelse udskudt til udgangen af Q4 2016 (i stedet for udgangen af Q3 2016, jf. projektbeskrivelsen).

Endelig afgørelse blev dog truffet på Konkurrencerådsmødet i maj 2017, og således inden for den forventede periode.

Som forudset blev klagepunktsmeddelelsen mødt med stor kritik fra Campingrådet, idet selve campingpasordningen er Campingrådets hjertebarn. Case teamet har helt fra start forsøgt at mitiggere denne risiko for kritik ved at bidrage med en god dialog med Campingrådet. Styrelsen har ikke mødt modvind i pressen gennem Campingrådet.

DK-CAMP har derimod – på trods af DK-CAMPs uenig-

	<p>hed i navnlig inddragelsen af DK-CAMP som rette adressat for afgørelsen - udtrykt tilfredshed med case teamets håndtering af sagen, samarbejde og dialog hele vejen igennem.</p>
Fremdrift	<p>Der har løbende været fremdrift i sagen, og case teamets sammensætning har været passende (jkk og ann).</p> <p>Case teamet har løbende været i dialog med Campingrådet og orienteret om relevante sagsskridt. Parterne har samarbejdet med case teamet i forbindelse med besvarelse af spørgsmål og anmodning om oplysninger, om end Campingrådet var tre måneder om at besvare vores anmodning om visse oplysninger til brug for den videre undersøgelse af sagen/udarbejdelse af klagepunktsmeddelelse.</p> <p>Udfordringer i forløbet af sagen har været perioder med begrænsede ressourcer fra projektdeltagerne fx som følge af, at de også har været en del af case teamet på andre rådssager og fusionssager.</p>
Ressourcer	<p>Der blev oprindeligt godkendt et ressourceforbrug på 1350 timer. Der er i alt brugt 1459 timer i perioden 2015-2017. Ressourceestimatet er således overskredet med 109 timer. Henset til, at:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. case teamet var nødsaget til at bruge ekstra (uventede) ressourcer på udarbejdelse af et revideret knastenotat om rette adressat, og 2. der sent i processen (uventet) skulle tages stilling til parternes tilbud om bindende tilsagn, herunder udarbejdelse af et notat om fordele og ulemper herved, som skulle forelægges både styregruppen og Konkurrencerådet, <p>er det case teamets vurdering, at projektet samlet set har haft et tilfredsstillende ressourceforbrug.</p>
Erfaringer til udbredelse i styrelsen	<p>Projektet har bidraget med den erfaring, at der skal rigtig meget til (hvis overhovedet muligt) i en "til formål" sag, førend Konkurrencerådet accepterer bindende tilsagn, når tilsagn samtidig bliver tilbudt på tidspunkt, hvor klagepunktsmeddelelse allerede er fremsendt og lige inden høringsmødet.</p> <p>Ansvarlig for denne formidling er jkk.</p>
Opfølgingsplan	<p>Det er ikke fundet nødvendigt med en opfølgingsplan.</p>