II

(Actos cuya publicación no es una condición para su aplicabilidad)

COMISIÓN

DECISIÓN DE LA COMISIÓN

de 14 de mayo de 1997

relativa a un procedimiento de aplicación del artículo 86 del Tratado CE

(IV/34.621, 35.059/F-3; Irish Sugar plc)

(El texto en lengua inglesa es el único auténtico)

(97/624/CE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Reglamento nº 17 del Consejo, de 6 de febrero de 1962, primer Reglamento de aplicación de los artículos 85 y 86 del Tratado[1], cuya última modificación la constituye el Acta de adhesión de Austria, de Finlandia y de Suecia, y, en particular, su artículo 3, el apartado 2 de su artículo 15 y el apartado 1 de su artículo 16,

Vista la decisión de la Comisión el 22 de abril de 1993 de iniciar el procedimiento en relación con el presente asunto,

Después de haber ofrecido a la empresa interesada la oportunidad de dar a conocer sus puntos de vista en relación con las objeciones formuladas por la Comisión, con arreglo al apartado 1 del artículo 19 del Reglamento nº 17 y al Reglamento (CEE) nº 99/63 de la Comisión, de 25 de julio de 1963, relativo a las audiencias previstas en los apartados 1 y 2 del artículo 19 del Reglamento nº 17[2] del Consejo,

Previa consulta al Comité consultivo en materia de prácticas restrictivas y de posiciones dominantes,

Considerando lo que sigue:

HECHOS

A. *Objeto del procedimiento*

(1) El presente procedimiento se refiere a determinadas prácticas de Irish Sugar Plc (denominada en lo sucesivo «Irish Sugar») relacionadas con la comercialización de azúcar en Irlanda de 1985 en adelante.

(2) El procedimiento se inició mediante la elaboración de un pliego de cargos contra Irish Sugar y otras partes en abril de 1993. Con arreglo a los argumentos presentados por las partes y a nuevas denuncias presentadas por competidores de Irish Sugar en Irlanda, la Comisión realizó nuevas diligencias indagatorias y, en marzo de 1996, emitió un pliego de cargos revisado contra Irish Sugar.

B. *Producto*

(3) El producto a que se refiere el presente asunto es el azúcar. El azúcar se fabrica a partir de remolacha o de caña de azúcar. Con la excepción de una parte del sur de España y de los Departamentos de Ultramar franceses, la caña de azúcar se cultiva principalmente en zonas tropicales y subtropicales del exterior de la Comunidad. Los Estados de África, del Caribe y del Pacífico (países ACP) tienen derecho a exportar a la Comunidad cierta cuota de caña de azúcar exenta de derechos de importación.

(4) A efectos de la presente Decisión, cabe distinguir tres tipos distintos de azúcar: azúcar blanco granulado, azúcar líquido y azúcares especiales.

(5) El azúcar blanco granulado es el producto final del procesamiento de la remolacha y el refinado de la caña. Los Reglamentos[3] comunitarios pertinentes definen distintas calidades. La calidad estándar se denomina azúcar CE II. El azúcar blanco granulado constituye la mayor parte de la producción y del consumo comunitarios. Se vende tanto al sector industrial como al comercio minorista. El sector industrial utiliza el azúcar blanco granulado como ingrediente. El suministro para el sector industrial

consiste, fundamentalmente, en azúcar en fardos o sacos. El sector minorista revende el azúcar blanco granulado al consumidor final principalmente en paquetes de un kilo.

(6) Los azúcares líquidos se usan fundamentalmente en la industria procesadora de alimentos. La calidad más alta se obtiene disolviendo azúcar blanco granulado, mientras que la más baja se obtiene únicamente a partir de la caña de azúcar mediante la mezcla de sustancias líquidas producidas en las distintas fases del proceso de refinado de la caña de azúcar.

(7) Los azúcares especiales son todos ellos azúcares secos distintos de los granulados. En esta categoría se incluyen los azúcares terciados para consumo directo procedentes de los países ACP, el azúcar moreno, azúcares en polvo, azúcar glas y otros azúcares molidos, así como almíbares y melazas [4].

(8) El azúcar es un edulcorante. Otros tipos de edulcorantes son el almidón y los edulcorantes artificiales que abarcan una amplia gama de productos desde la isoglucosa hasta el sorbitol, la sacarina, los ciclamatos o el aspartamo. Cada uno de estos productos tiene sus propiedades específicas y puede ser sustituido por el azúcar en distintos procesos industriales. Por distintas razones que varían según los productos, por ejemplo, cuota comunitaria, escasa calidad a granel o precios más elevados, sólo han tenido una limitada repercusión sobre las ventas totales de azúcares naturales obtenidos a partir de caña y remolacha.

C. *El régimen de la política agrícola común del azúcar*

(9) El régimen del azúcar de la Política Agraria Común (PAC) [5] está destinado a apoyar la producción de azúcar en la Comunidad. La última revisión del régimen del azúcar tuvo lugar en mayo de 1995, cuando el Consejo decidió [6] prorrogar el régimen por un nuevo período de seis años (es decir hasta la campaña 2000/2001 inclusive). Se asignan a cada Estado miembro dos cuotas: una cuota «A» y otra «B». La cuota A total equivale, en principio, al consumo anual de la Comunidad. La cuota B está destinada a constituir un excedente con objeto de poder cubrir la demanda incluso en caso de malas cosechas en determinadas zonas geográficas.

(10) Existe un sistema de precios de apoyo pero sólo para el azúcar de las cuotas A/B. Todo el azúcar fabricado por empresas comunitarias por encima de su cuota A/B se denomina azúcar «C» y debe venderse en el mercado mundial sin apoyo, o ser almacenado y utilizado como parte del azúcar A/B del año siguiente.

(11) El Consejo decide la proporción de la cuota total A/B asignada a cada Estado miembro. Posteriormente, son los respectivos gobiernos quienes dividen la cuota atribuida a cada país entre los fabricantes nacionales de azúcar.

(12) Cada año, el Consejo establece una serie de precios institucionales correspondientes a la compra de azúcar de remolacha y a su procesamiento y venta, de los cuales el más importante es el precio de intervención, es decir, el precio al que cualquier fabricante puede vender azúcar A/B a los organismos nacionales de intervención. Las empresas que venden en régimen de intervención reciben el precio de intervención a cambio de su azúcar procesado. Como parte de las medidas destinadas a garantizar la autofinanciación del régimen del azúcar, se aplica a todo el azúcar A/B un gravamen denominado cotización de producción. El precio de intervención más la cotización de almacenamiento constituye el precio mínimo garantizado del azúcar A/B. Éste se denomina precio de apoyo efectivo. El régimen de almacenamiento también se autofinancia.

(13) Con arreglo a la Ronda Uruguay, el anterior régimen de importación, que tenía un precio de umbral y cotizaciones variables, ha sido sustituido por unas tarifas fijas que se reducirán en un 20 % en el plazo de seis años.

(14) El Consejo establece también unos precios mínimos que los procesadores de azúcar deben abonar a los cultivadores de remolacha por su producto.

(15) Los procesadores de remolacha pueden vender azúcar A/B libremente en toda la Comunidad. Si no consiguen vender su azúcar de esta forma pueden bien vender mediante intervención, bien exportar al mercado mundial. En este último caso, reciben una restitución a la exportación calculada con arreglo a un sistema de licitación.

(16) Además del azúcar A/B, la Comunidad concede un precio de apoyo para una cierta cantidad de azúcar importado en virtud del Convenio de Lomé [7].

D. *El mercado del azúcar en Irlanda*

(17) Irish Sugar es el único procesador de remolacha azucarera en Irlanda e Irlanda del Norte.

(18) Irish Sugar fue creada en 1933 por el Gobierno irlandés bajo la denominación Comhlucht Siuicre Eireann, Teo. Durante la primera mitad de la década de los años ochenta registró fuertes pérdidas y necesitó una considerable financiación públi-

ca. Durante la segunda mitad de dicha década, se puso en práctica un programa de racionalización del grupo gracias al cual Irish Sugar comenzó gradualmente a ser rentable. En abril de 1991 Irish Sugar fue privatizada. El mecanismo destinado a reducir la participación pública en Irish Sugar incluía la creación de una nueva empresa holding denominada Greencore Plc («Greencore»), que adquirió Irish Sugar. En el ejercicio que finalizaba el 27 de septiembre de 1996, Irish Sugar registró un volumen de negocios de 134,7 millones de libras irlandesas y un beneficio de explotación de 27,2 millones de libras irlandesas, como parte de un volumen de negocios agregado de Greencore de 459 millones de libras irlandesas y unos beneficios de explotación de 49,1 millones de libras irlandesas.

(19) A raíz de la adhesión de Irlanda a la Comunidad, se asignó a Irish Sugar la cuota íntegra de azúcar A/B correspondiente a Irlanda, cuota que continúa poseyendo y que equivale a 200 200 toneladas anuales. Esta cuota supera el consumo nacional.

Cuadro 1

Producción, comercio y consumo de azúcar en su estado natural en Irlanda

	1986/1987	1987/1988	1988/1989	1989/1990	1990/1991	1991/1992	1992/1993	1993/1994	1994/1995 (1)
Cuota (A+B) (miles de toneladas)	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Remanente de azúcar (ajeno a la cuota) trasladado de la campaña de comercialización anterior	+10	+11	+34	+29	+16	+16	+10	+10	0
Producción	186	223	195	214	225	213	223	177	213
Remanente da azúcar (ajeno a la cuota) a la campaña de comercialización siguiente	-11	-34	-29	-16	-16	-10	-10	—	-13
Azúcar «C» para exportación	—	—	—	27	25	19	23	—	—
Producción nacional disponible	185	200	200	200	200	200	200	187	200
Movimiento de existencias (2)	+3	-19	+1	+11	+1	+8	-3	+11	—
Importación de azúcar ACP	—	—	—	—	—	—	1	—	—
Importación de terceros países	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Importación de Estados miembros	13	14	7	6	6	7	6	7	7
Azúcar disponible total	201	195	208	217	207	215	204	205	207
Exportación a terceros países	—	—	13	—	—	6	—	—	6
Exportación a Estados miembros	39	42	41	46	39	39	44	32	44
Consumo nacional	162	153	154	171	168	170	160	173	157

Fuente: Estadísticas de la Dirección General de Agricultura de la Comisión.

(1) Cifras provisionales.

(2) Si se reducen las existencias, las cifras son positivas; si se incrementan las existencias las cifras son negativas.

(20) El consumo de azúcar per cápita en Irlanda es superior a la media comunitaria (8), lo cual refleja su función como ingrediente dentro de la relativamente importante industria procesadora de alimentos y bebidas del país [que, junto con otros sectores relacionados con la agricultura, representaba un 16 % del empleo total en 1995 (9)], así como en el mercado minorista.

(21) Irish Sugar es el principal proveedor de azúcar en Irlanda, con una cuota global de mercado superior al 90 % durante el período 1985-1995. Las impor-

taciones de azúcar en Irlanda porceden de Francia, el Reino Unido (principalmente Irlanda del Norte) y, en menor medida, de Alemania y Bélgica. Las importaciones procedentes del Reino Unido son, fundamentalmente, importaciones de azúcar de Irish Sugar. En 1993/1994 las importaciones de azúcar no perteneciente a Irish Sugar representaban aproximadamente el [. . .] ([10]) del mercado.

(22) Desde el punto de vista del consumo industrial, la mayor parte de las importaciones desde 1985 lo han sido de azúcar francés y han sido efectuadas a través de ASI International Trading Ltd y de su sucesor ASI International Foods («ASI»). Estas ventas industriales se efectúan en sacos de 50 kilos. La importación de azúcar a granel desde Francia a Irlanda es más costosa que el transporte de azúcar en sacos, especialmente si el barco portacontenedores tiene que hacer el viaje de regreso con un contenedor vacío ([11]). El programa de empresa del grupo Greencore de junio de 1994 señala que «la gran mayoría de las importaciones se efectúan en sacos de 50 kilos, mientras que el transporte de azúcar a granel es relativamente caro debido a la necesidad de contenedores especiales». Con el paso de los años, los usuarios industriales han pasado a utilizar silos para el almacenamiento de su azúcar, con lo que el mercado de azúcar en sacos ha continuado su disminución ([12]).

(23) En el mercado del azúcar al detalle, que supone aproximadamente un 25 % del mercado total del azúcar, la cuota de Irish Sugar es superior al 85 % desde 1985, mientras que su principal marca «Siucra» goza de un considerable renombre entre los consumidores ([13]). Sus principales competidores son pequeñas empresas nacionales. En función de las diferencias relativas de precios en algunos momentos se han producido importaciones de azúcar al detalle procedentes de Irlanda del Norte, aunque una parte considerable de dichas importaciones ha sido fabricada por Irish Sugar. Los documentos internos de ésta señalan que sus consumidores de azúcar al detalle se dividían tradicionalmente a partes iguales entre mayoristas y grupos de detallistas («cadenas de supermercados»), pero que, recientemente, estas cadenas han adquirido mayor importancia. Algunas de estas cadenas venden azúcar al detalle de su propia marca. Sin embargo, «hasta la fecha, todo el azúcar destinado a marcas propias procede de Irish Sugar ya que se considera que para el consumidor es importante el origen irlandés» ([14]).

(24) Durante la década de los ochenta, los principales competidores nacionales de Irish Sugar en el sector del azúcar al detalle eran Round Tower Foods Ltd (Round Tower) y ASI, que, hasta finales de 1988, importaba la marca «Eurolux» de la Compagnie Française de Sucrerie («CFS»). Durante el período de 1984/1985, la mayor parte de los suministros de azúcar de Round Tower consistían en azúcar importado. Durante dicho período esta empresa efectuó importaciones paralelas en Irlanda de azúcar de Irish Sugar procedente de Irlanda del Norte. Asimismo, importaba azúcar directamente de distintas fuentes y adquiría a ASI azúcar importado de Francia. A partir de 1987/1988 ha comprado la mayor parte de su azúcar a Irish Sugar.

(25) A comienzos de la década de los noventa, Round Tower era el único competidor nacional de Irish Sugar en el mercado al detalle de azúcar blanco granulado, con una cuota del mercado minorista del [. . .] al [. . .].

(26) En 1993, cuatro envasadores irlandeses de alimentos lanzaron marcas de azúcar blanco granulado en paquetes de un kilo, a saber, Gem Pack Ltd («Gem Pack»), Burcom Ltd («Burcom»), Tara Foods Ltd y P. J. Lumley Ltd. Estas empresas lograron una cuota total del mercado minorista cercana al 7,5 % a mediados de 1994, siendo Gem Pack la que más éxito obtuvo (cerca del 5 % del mercado total). Burcom cesó su actividad a mediados de diciembre de 1994. ASI lanzó también su propio paquete minorista en 1993 utilizando azúcar francés importado, pero se retiró del mercado minorista por segunda vez a mediados de 1994.

(27) Burcom envasaba inicialmente tanto azúcar de Irish Sugar como azúcar importado procedente de ASI, mientras que los demás envasadores obtenían su azúcar industrial de Irish Sugar. A raíz del cese de actividad de Burcom y de la retirada del mercado de ASI, Irish Sugar ha suministrado «casi todo» ([15]) el azúcar blanco granulado a granel envasado por sus competidores nacionales para el mercado minorista.

(28) En septiembre de 1994, Irish Sugar lanzó la marca «Castle» de azúcar en paquetes de un kilo a un precio al por mayor inferior al de Siucra.

(29) La distribución del azúcar de Irish Sugar en Irlanda corre a cargo de Sugar Distributors Limited («SDL»). Hasta febrero de 1990, Irish Sugar poseía el 51 % de las participaciones (en forma de «acciones B») de la empresa matriz de SDL, Sugar Distributors (Holdings) Ltd («SDH»). El 49 % restante (en forma de «acciones A») estuvo hasta 1988 en poder de las empresas Musgraves y Punch y de los señores Garavan y Keleghan, y a partir de 1988 en las manos de cuatro ejecutivos de SDH, a saber, los señores Lyons, Keleghan, Tully y Garavan. En dicha fecha, existía un número idéntico de consejeros en representación de los accionistas A y B y un presidente independiente. El director gerente de Irish Sugar y cierto número de otros

consejeros de Irish Sugar figuraban en el Consejo de administración de SDH y de SDL. Otra empresa, J. C. Cole Ltd («JCC»), estaba encargada de la distribución de azúcar en el «Western District» de Irlanda hasta que se disolvió en marzo de 1988 y su actividad se integró en SDL.

(30) Irish Sugar ha hecho hincapié en que, aunque durante el período anterior a febrero de 1990 ejercía un control legal sobre SDH, no poseía el control de la gestión([16]). A partir de julio de 1982([17]) Irish Sugar era responsable de los servicios técnicos y de la comercialización, que abarcaba, sin limitarse a ello, la estrategia de comercialización, las promociones para el consumidor y los descuentos, mientras que SDL se encargaba de la financiación de las ventas, las promociones comerciales, y la mercadotecnia y distribución de los productos de Irish Sugar en los mercados del sur y del norte. Estas tareas se dividían en las áreas correspondientes entre SDL, JCC y William McKinney (1975) Ltd («McKinney»), siendo SDL responsable de las decisiones sobre ventas, que incluía las decisiones sobre precios para las tres empresas. No obstante, estas decisiones debían «tomarse de acuerdo con la política establecida por el jefe ejecutivo de la división de azúcar» de Irish Sugar, la cual, como se ha señalado, financiaba los descuentos a los clientes. Según la existencia de suministros, SDL estaba obligada a adquirir el azúcar que necesitaba únicamente a Irish Sugar y tenía prohibida la venta, reventa o promoción de cualquier producto «de índole igual o similar» a los productos de Irish Sugar. Las responsabilidades conjuntas de SDL e Irish Sugar incluían «la asesoría y revisión de las políticas de precios y promociones» y «la comunicación de la información que fuese recíprocamente necesaria sobre todos los aspectos de la comercialización del azúcar, ventas, transacciones, publicidad, promociones a los consumidores y promociones financieras». Con objeto de garantizar que «se comunicasen de hecho todas las facetas de la actividad comercial del azúcar» entre Irish Sugar y SDL, y de que se recubriesen correctamente todas las áreas de corresponsabilidad, se estableció una reunión mensual entre la división de azúcar de Irish Sugar y SDL, cuya presidencia correspondía al jefe ejecutivo de la división de azúcar de Irish Sugar.

(31) En febrero de 1990, Irish Sugar adquirió todas las participaciones restantes en SDH, pasando así a ser el único propietario de SDL.

(32) Además de ser el principal suministrador de azúcar en Irlanda, Irish Sugar sigue siendo un importante suministrador de azúcar en Irlanda del Norte a través de McKinney. Cuando se creó esta empresa en 1976, era propiedad al 51 % de SDL. En 1980, SDL incrementó su participación hasta el 60 %. SDL y su empresa matriz SDH disponían de una clara mayoría en el Consejo de administración de William McKinney durante el período 1985/1989, con siete de los diez consejeros([18]). Dos de los cuatro accionistas minoritarios restantes de McKinney contaban cada uno con un representante en el Consejo de administración. Sin embargo, a las reuniones del Comité de dirección de esta empresa, en las que se decidía la política comercial, asistían por lo general únicamente los señores Lyons, Hogan y Keleghan de SDH/SDL y el señor Wood de McKinney([19]). En 1989, la participación de SDL en McKinney volvió a incrementarse hasta el 70 %.

(33) El consumo de azúcar granulado en Irlanda del Norte ha oscilado entre 35 000 y 39 000 toneladas desde 1984, siendo los principales proveedores Irish Sugar, British Sugar PLC («British Sugar») y Tate & Lyle PLC («Tate & Lyle»). En el período 1984-1994, Irish Sugar disponía del [...] al [...] de mercado del azúcar en Irlanda del Norte; British Sugar tenía entre el [...] y el [...] y Tate & Lyle entre el [...] y el [...]. En 1994, el programa de empresa del grupo Greencore señalaba que «actualmente, tenemos cerca del [...] del mercado minorista de marcas y cerca del [...] del mercado industrial» en Irlanda del Norte.

Precios del azúcar industrial

(34) Según Irish Sugar, durante el período 1985-1994, los precios del azúcar industrial en Irlanda e Irlanda del Norte han reflejado la siguiente tendencia.

Cuadro 2

Precios netos de venta por término medio (libras irlandesas por tonelada) del azúcar industrial en Irlanda e Irlanda del Norte

	1985/1986	1986/1987	1987/1988	1988/1989	1989/1990	1990/1991	1991/1992	1992/1993	1993/1994
Irlanda	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Irlanda del Norte	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Fuente: Greencore/Irish Sugar.

(35) Según Caobisco/Comité de usuarios de azúcar industrial, los precios indicativos medios de venta en libras irlandesas del azúcar industrial a granel ex fábrica en Irlanda durante los meses siguientes entre 1986 y 1994 fueron:

Cuadro 3

Precios medios indicativos del azúcar industrial en Irlanda

03.86	10.86 01.87	10.87 07.88	03.89 10.89	02.90 07.90	02.91 04.91	03.92 07.92 12.92	05.93	02.94 08.94
480	510	524 528	536 538	540 559	562 570	560 560 560	590	610 605

Fuente: Caobisco/Comité de usuarios del azúcar industrial.

(36) Cabe señalar que las cifras de Caobisco corresponden a meses concretos, mientras que las de Irish Sugar son medias anuales.

(37) Irish Sugar vende también periódicamente entre [...] y [...] toneladas de azúcar industrial en Gran Bretaña. Durante el período 1985-1994, los precios del azúcar industrial en el Reino Unido (incluyendo Irlanda del Norte) han seguido la siguiente tendencia:

Cuadro 4

Precios netos de venta por término medio (libras esterlinas por tonelada) del azúcar industrial a granel en Gran Bretaña e Irlanda del Norte

	1985/1986	1986/1987	1987/1988	1988/1989	1989/1990	1990/1991	1991/1992	1992/1993	1993/1994
Reino Unido (incluye Irlanda del Norte)	385	393	398	411	450	480	488	543	580

Fuente: Caobisco/Comité de usuarios de azúcar industrial, precios indicativos. Cabe señalar que durante este período, el valor de la libra esterlina ha pasado de ser un 18-20 % superior al de la libra irlandesa a un 2-3 % inferior. La diferencia entre los precios en el Reino Unido e Irlanda en el período 1985-1992 no es, por lo tanto, tan amplia como sugieren las cifras de los cuadros 2, 3 y 4.

(38) Aunque no se refleja en sus propias cifras del cuadro 2, Irish Sugar ha manifestado([20]) que, de 1984 a 1993, «los precios en Irlanda del Norte y en Gran Bretaña eran por lo general inferiores a los precios en Irlanda y, en el caso concreto del azúcar, a veces eran hasta un 18 % más bajos en Irlanda del Norte». Irish Sugar explica la discrepancia entre sus cifras y la tendencia de precios reflejada en un informe confidencial elaborado en nombre de la empresa, señalando que «durante todo el período los consumidores industriales de Irish Sugar tenían la suficiente fuerza para invertir la tendencia general de los precios». Cabe señalar que el precio medio del azúcar industrial en Irlanda tiene en cuenta que los dos principales consumidores de Irish Sugar([21]), que representan cerca del [...] de sus ventas de azúcar industrial, pagan un precio considerablemente más bajo que la media. Según se refleja en el cuadro 6, ningún otro consumidor industrial pagó un precio neto inferior a [...] libras irlandesas a mediados de 1994, que es el precio medio reflejado por Irish Sugar para el período 1993-1994. Además, un sistema de «descuentos para la exportación de azúcar» aplicado por Irish Sugar hacía que aquellos consumidores industriales que vendían su producto final fuera de Irlanda obtuvieran descuentos de [...] libras irlandesas por tonelada, lo cual se refleja en el precio medio de venta([22]). Estos descuentos no se conceden a los consumidores estrictamente «nacionales».

(39) El programa de empresa del grupo Greencore 1993/1994-1997/1998, de junio de 1994, señala en el apartado «consecuencias volumen/precios» que:

«el paso del mercado industrial nacional al de Irlanda del Norte o a la exportación al Reino

Unido supondría la siguiente pérdida de margen:

Pérdida de margen
Irlanda del Norte industrial [...]
Reino Unido industrial [...]».

Precios del azúcar al detalle

(40) Según Irish Sugar, durante el período 1985-1994, los precios del azúcar al detalle en Irlanda e Irlanda del Norte han seguido la siguiente tendencia:

Cuadro 5

Precios netos de venta por término medio (libras irlandesas por tonelada) del azúcar al detalle en Irlanda e Irlanda del Norte

	1985/1986	1986/1987	1987/1988	1988/1989	1989/1990	1990/1991	1991/1992	1992/1993	1993/1994
Irlanda	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Irlanda del Norte	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Fuentes: Greencore/Irish Sugar.

(41) Una letra manuscrita en una diapositiva de un «programa de azúcar» copiada por la Comisión en las instalaciones de Greencore, junto con el programa de empresa de Greencore de junio de 1994 hace referencia al «plus del mercado nacional» sobre el precio del azúcar. Otra nota manuscrita encabezada «programa de azúcar» señala también que «se mantiene la prima del mercado nacional» ([23]) en varios supuestos de precios de venta.

E. *Hechos subyacentes a la infracción de las normas de competencia*

I. Medidas de protección del mercado nacional ante la competencia de las importaciones de otros Estados miembros

i) *Importaciones procedentes de Francia*

(42) Según se ha apuntado anteriormente, una gran proporción de las importaciones de azúcar en Irlanda desde 1985 proceden de Francia.

Restricción del transporte

(43) Según los documentos que obran en el expediente, se deduce que a mediados de la década de los ochenta, Irish Sugar tomó medidas para restringir las posibilidades de transporte de que disponían sus competidores. En este sentido, cabe referirse a las actas de la reunión del comité de Irish Sugar/SDL/JCC, de 28 de junio de 1985:

«Situación actual en el mercado nacional minorista... Por lo que se refiere a los paquetes de azúcar producidos por Round Tower, se señaló que existía una diferencia de aproximadamente [...] por tonelada entre su precio de venta medio y el precio del producto "Siucra" [Irish Sugar]. Respecto de este problema se acordó que CSET [Irish Sugar] velaría por que Tate & Lyle no gozase de acuerdos ventajosos con su suministrador o transportista...» ([24]).

(44) Concretamente a mediados de 1985, Irish Sugar intentó impedir que ASI trajese azúcar de Francia amenazando a la empresa naviera británica e irlandesa de propiedad pública («B & I») con suprimir toda la actividad de Irish Sugar si continuaban transportando azúcar francés suministrado por el procesador francés CFS, para ASI. B & I cedió a las presiones de Irish Sugar y acordó que no volvería a transportar azúcar para ASI. Como consecuencia, ASI demandó a B & I e Irish Sugar. La posterior actuación de Irish Sugar a este respecto se recoge en una serie de anotaciones manuscritas en el diario comercial del señor Keleghan:

«17 de julio de 1985 — Chris Comerford [director gerente de Irish Sugar] — Brendan Byrd [representante B & I] — B & I no transportará más azúcar francés desde el lunes 22 de julio. Tonelaje del año pasado 228 × 20 = 4 560 — hasta la fecha de este año 91 × 20 = 1 820 — 1 420 hasta abril ... Charles Lyons promete a Brendan Byrd que Tanktrans [Filial de Irish Sugar] encomendará nuevas actividades a B & I ...».

«1 de agosto de 1985 — B & I aconsejó a P. C. [Peter Cunningham de ASI] que CSET [Irish Sugar] les presionase para no efectuar entregas a PC — intento crudo y decepcionante de presionar a PC antes de las discusiones. PC se reunió con Alex Spain [director de B & I].» ([25]).

La denuncia contra B & I se resolvió extrajudicialmente. Se acordó que Irish Sugar entregaría a CFS una cierta cantidad en concepto de indemnización. Irish Sugar ha reconocido que efectuó «la propuesta» a B & I de retirar su actividad si esta continuaba transportando azúcar de CFS desde Francia a Irlanda.

Precios selectivos

(45) En una nota con fecha 8 de marzo de 1988 dirigida a los miembros del ejecutivo del CSET (Irish Sugar)-SDL/JCC, referente a las importaciones de azúcar francés, el señor Keleghan (por aquel entonces jefe de ventas de SDL) señalaba:

«. . .hemos llegado a la conclusión de que costaría aproximadamente [. . .] obligar a todos los consumidores a un máximo de [. . .] por tonelada. (. . .) no preveo bajar los precios para todos los consumidores, incluyendo así el alto coste antes citado, sin embago, cuando nos encontremos con nuevos precios bajos debemos responder cuidadosamente y garantizar que conservamos los clientes a todos los niveles, por pequeños que sean. Soy consciente de que esta medida es un poco arriesgada, ya que algunos de nuestros usuarios más pequeños pueden tener las mismas o mejores condiciones que algunos de los mayores. Sin embargo creo que debemos correr este riesgo. Mientras tanto, hemos empezado a vigilar en mayor medida a escala de los consumidores industriales con objeto de determinar en qué medida ASI ha incrementado su actividad.» ([26]).

Cambio de producto y descuento de fidelidad

(46) Se ha señalado anteriormente que, tradicionalmente, las ventas al detalle de azúcar blanco de ASI se efectuaban a través de Round Tower ([27]). Sin embargo, desde 1987/1988 en adelante, casi todo el azúcar de Round Tower procedía de SDL. Dado que la actividad de ASI sufrió fuertes presiones en el sector industrial, ésta decidió en 1988 lanzar un paquete de un kilo de azúcar de CFS con la marca «Eurolux» (una marca de CFS) en el mercado irlandés.

(47) En la reunión del consejo de administración de SDH celebrada el 28 de junio de 1988, se trató este aspecto y las actas señalan que:

«. . .por lo que se refiere al mercado minorista, el señor Keleghan señala al consejo que, tal como había previsto en la reunión de marzo, ASI había lanzado al mercado un paquete para minoristas. Aunque hasta el momento no habían tenido éxito con este lanzamiento, consideraba que lograrían introducir algunas pequeñas cantidades de azúcar en algunos minoristas independientes. . .

El señor Comerford [director gerente de Irish Sugar] señaló que el sector del azúcar nunca había tenido que hacer frente a un reto como el actual. Si no conseguíamos estar a la altura, el futuro del sector del azúcar en Irlanda sería ciertamente muy desolador. Estaba bastante satisfecho con la forma en que se había respondido a este desafío hasta la fecha pero preocupado porque el coste para ambos (Irish Sugar y SDL) sería muy elevado. . .» ([28]).

(48) Tras la presentación y lanzamiento de «Eurolux» por parte de ASI, SDL tomó ciertas medidas que, tras una denuncia de ASI, han sido impugnadas ante los tribunales con arreglo al Derecho irlandés por el director de Consumo y Comercio (Consumer Affairs and Fair Trade). Estas medidas se describen en la declaración ante el Tribunal Supremo irlandés del señor Anthony Brennan, funcionario autorizado representante del director, y se resumen a continuación.

(49) ASI llegó a un trato con el grupo mayorista irlandés Allied Distribution Merchants («ADM») para el suministro de paquetes de un kilo de azúcar granulado en febrero de 1988 aproximadamente. ADM acordó adquirir [. . .] toneladas de paquetes de un kilo de azúcar Eurolux cuyo primer cargamento de 24 toneladas se entregó a mediados de abril en el almacén de ADM para su distribución a los puntos de venta minoristas de la cadena de tiendas Londis. El 15 de abril de 1988, ADM envió un boletín a todos sus miembros, es decir a los puntos de venta de la cadena Londis, anunciándoles la disponibilidad del azúcar. Según la declaración del señor Brennan, tras el envío de dicho boletín, el señor Keleghan, de SDL, se reunió con el señor Lane (jefe ejecutivo de ADM). La declaración señala lo siguiente:

«En dicha reunión, el señor Keleghan informó al señor Lane que si la cantidad de azúcar comprada al demandado (cerca de [. . .] toneladas al año) disminuía, el demandado [SDL] les bonificaría su azúcar. En realidad esto significaba que ADM no podría vender ni competir y perdieron su bonificación del demandado. El señor Lane informó al señor Keleghan que tenía una gran cantidad de la primera entrega de azúcar granulado Eurolux en su almacén sin vender. El señor Keleghan se ofreció a comprar este azúcar para venderlo a la industria manufacturera y se mostró de acuerdo en permitir que el importe que recibiese por este concepto se anotase como crédito en la cuenta de ADM. (. . .) El demandado adquirió 21,01 toneladas métricas de azúcar de Eurolux.» ([29]).

El señor Brennan señala posteriormente en su declaración:

«Afirmo que en respuesta a mi pregunta de por qué no se pedía más azúcar, el señor Lane respondió que consideraba que el mercado no estaba preparado actualmente para el azúcar Eurolux. Añadió que ADM había llegado a un acuerdo con SDL por el cual ADM compraría normalmente [x] toneladas de azúcar al precio que se aplica a las compras superiores a [3x] toneladas, que es más ventajoso. Si se redujese la cantidad de azúcar comprada, el acuerdo quedaría sin efecto y no podrían obtener azúcar del demandado [SDL] al precio aplicado a las compras de [3x] toneladas.» ([30]).

De las pruebas que figuran en el expediente se desprende que las 21 toneladas de azúcar Eurolux en cuestión se retiraron de ADM el 22 de abril de 1988.

(50) Unas medidas similares se aplicaron al minorista Kelly's Spar Supermarket. Según la declaración del señor Brennan, Kelly había adquirido media tonelada de azúcar Eurolux al agente comercial de ASI, aproximadamente a mediados de mayo de 1988. El azúcar Eurolux se puso a la venta y se vendió bien inicialmente. La declaración del señor Brennan señala que aproximadamente cuatro semanas más tarde, SDL llamó a la tienda y preguntó qué tal se vendía Eurolux. La declaración afirma que el señor Kelly informó a SDL de que si pudiese obtener un mejor precio para el azúcar de Irish Sugar no vendería el azúcar Eurolux. El señor Kelly afirmó que el representante del demandado (SDL) le informó de que

«si no podía cambiar de producto ellos lo harían en su lugar.» ([31]).

La declaración continúa señalando que aproximadamente dos horas más tarde se recogió el azúcar Eurolux y se sustituyó por una cantidad equivalente de azúcar de Irish Sugar.

(51) En su declaración de réplica, el señor Keleghan de SDL manifestó, esencialmente, que tanto ADM como Kelly estaban preocupados por si podrían vender todo el azúcar Eurolux que se les había entregado. Tanto ADM como Kelly serían conscientes de que el mercado irlandés no estaba preparado para el azúcar Eurolux. Por lo que se refiere a Kelly, SDL apuntó que el propio señor Kelly había solicitado realizar el cambio del azúcar Eurolux por la marca Siucra.

(52) De las pruebas documentales que figuran en el expediente se desprende que, aunque las medidas relacionadas con el cambio de producto fueron adoptadas por SDL, ASI había informado debidamente a Irish Sugar de las dificultades a las que debía de hacer frente. En una carta de 18 de julio de 1988, el señor Loane de ASI escribió lo siguiente al señor Comerford, jefe ejecutivo de Irish Sugar en la sede de Irish Sugar de Dublín:

«Estimado señor Comerford:

Le escribo para llamar su atención sobre las prácticas comerciales desleales iniciadas directamente por su empresa o por Sugar Distributors Limited controlada por usted, por lo que se refiere a nuestros esfuerzos por comercializar los paquetes de un kilo de azúcar Eurolux en Irlanda. Hemos solicitado al Director de Asuntos de Consumo y Lealtad Comercial que investigue las dificultades concretas a las que hemos de hacer frente. Concretamente, la presente pretende manifestar que nos oponemos vehementemente a que sus empresas sustituyan nuestro producto en el minorista Spar de Kelly en Boyle. Con o sin el acuerdo del propietario, esta medida infringe la legislación vigente y solicitamos respetuosamente que vuelva a colocar nuestro producto en este lugar y en aquellos otros en los que se ha aplicado esta medida.

Nos oponemos concretamente a la utilización de tácticas opresivas sobre otros vendedores minoristas que disfrutan de las ventajas de Eurolux y continuarían haciéndolo si no les amenazara.

Queremos que nos garantice que no aplicará más prácticas restrictivas ni desleales y que competirá con nosotros en igualdad de condiciones según podemos esperar con arreglo a la normativa de la Comunidad Europea.» ([32]).

(53) El director de asuntos de consumo y lealtad comercial solicitó al Tribunal Supremo un requerimiento por el cual se impidiese a SDL la adquisición de azúcar Eurolux de un kilo a los mayoristas o minoristas. Sin embargo, no se dictó el requerimiento por falta de pruebas «de la existencia de una infracción reiterada de la legislación correspondiente o de que fuese probable que se produjesen nuevas infracciones».

ii) *Importaciones procedentes de Irlanda del Norte*

(54) Durante el período transcurrido entre 1985 y 1990, y concretamente durante una guerra de precios entre los fabricantes de azúcar del Reino Unido British Sugar y Tate & Lyle, Irish Sugar tuvo que hacer frente al problema de importaciones transfronterizas de Irlanda del Norte en Irlanda. En principio todos los azúcares de Irlanda del Norte, independientemente de su procedencia, podían utilizarse para estas importaciones. Se incluían aquí tanto los azúcares de productores competidores tales como British Sugar Silver Spoon y el propio azúcar de Irish Sugar que se reimportaba a granel o en paquetes al detalle (con la etiqueta McKinney). Este aspecto se debatió en varias reuniones lo cual dio lugar a distintas medidas concretas destinadas a defenderse ante estas importaciones.

Restricción de los suministros

(55) En una reunión interna entre Irish Sugar y SDL referente al azúcar en paquetes y celebrada el 23 de enero de 1985, se anotó:

«Volumen de azúcar importado del otro lado de la frontera en noviembre/diciembre estimado en 700 toneladas con un incremento en enero.

Ventas a mayoristas en la zona fronteriza durante los dos últimos meses:

(...)

El señor A. J. Hogan [director gerente de marketing de Irish Sugar] sugiere que suprimamos los descuentos de [...] libras esterlinas por tonelada actualmente concedidos en Irlanda del Norte. Esto sería doblemente ventajoso al incrementar los pre-

cios en el norte y disminuir la reducción exigida en el sur. Esta medida puede tomarse mientras se intenta que B.S.C. [British Sugar] y Tate & Lyle se sumen a la misma, pero nuestro precio se incrementará en cualquier caso.

El señor Keleghan [jefe de ventas de SDL] opina que solo existían dos alternativas.

a) Descuentos nacionales en el sur. Proponía [. . .]/tonelada a escala nacional y [. . .] en las zonas fronterizas en febrero/marzo. Coste estimado [. . .] libras esterlinas;

b) Suprimir el actual descuento de [. . .] libras esterlinas en la zona fronteriza ya que era imposible mantenerlo de forma selectiva, y restringir los suministros de azúcar McKinney a los mayoristas de Irlanda del Norte que actualmente suministran a los comerciantes del sur.

Tras discusión se decide poner en práctica la segunda alternativa. Entretanto, se deberá continuar intentando que B.S.C. y Tate & Lyle incrementen los precios.» ([33]).

(56) En la reunión del consejo de administración de McKinney, de 6 de febrero de 1985, el señor P. Wood (director de McKinney) manifestó que:

«Tate & Lyle conseguían algunas ventas adicionales debido a la restricción de suministro de azúcar McKinney en la zona fronteriza.» ([34]).

Descuentos selectivos (precios discriminatorios) con descuentos fronterizos

(57) Una nota titulada «repaso de SDL a los actuales (abril 1986) problemas de competencia en los azúcares nacionales y recomendaciones de estrategia de precios/promociones» se señala que:

«Desde el último incremento de precios del paquete de azúcar en 1984 (. . .) ha existido una considerable diferencia entre los precios nacionales y los productos competidores importados entre los que se encuentran los paquetes de McKinney reimportados y el azúcar en sacos. (. . .) Las actividades de Round Tower Foods Limited, que actualmente envasa y vende aproximadamente 40 toneladas de paquetes de azúcar semanales, (. . .) son fuente permenente de preocupación y, actualmente, no son sino una característica de la situación de la competencia actual y en potencia que amenaza la dominación de precios y de cuota del mercado de los paquetes de azúcar "Siucra" en el mercado de la República de Irlanda.» ([35]).

En esta misma nota se definen algunas opciones estratégicas:

«i) no hacer nada; ii) reducir los precios de venta al mercado a todos los clientes en [. . .] libras irlandesas por tonelada, equiparando así los precios de venta norte y sur; esta medida debería suprimir por completo todos los problemas de importación/competencia pero sería innecesaria e imposible desde un punto de vista económico; iii) reducir los precios de venta en [. . .] libras esterlinas lo que bastaría para limitar las importaciones transfronterizas a las zonas fronterizas y mantener el nivel de envasado por parte de Round Tower Foods Limited al nivel actual o inferior, pero no solucionaría las solicitudes de los múltiples, etc., de igualdad de precios entre norte y sur; iv) poner en marcha un programa selectivo y coordinado que tenga en cuenta las zonas más vulnerables con objeto de mantener los precios de venta al público al actual nivel. Esta es la estrategia recomendada y SDL considera que, teniendo en cuenta las excelentes relaciones existentes en el mercado, junto con la ventaja del renombre de los productos Siucra, debería adoptarse para el balance 1985/1986 y 1986/1987. SDL considera que esta es la opción más preferible y menos costosa, al tiempo que reconoce que no se puede garantizar que resista la presión cada vez mayor de los importadores de Round Tower Foods Limited. De producirse esta situación, habría que tener muy en cuenta las opciones más costosas antes citadas.» ([36]).

La estrategia recomendada se explica con más detalle:

«i) continuar con la promoción de [. . .] libras esterlinas por paquete en la zona de Donegal y ampliar la promoción a la zona (zona fronteriza) de Monaghan Dundalk; (. . .) iv) han surgido ciertos problemas con ADM debido a la naturaleza de este grupo. El coste de los acuerdos de descuentos temporales pactados con ADM se expone en el apéndice E4 y se espera que con este cliente se produzca un gasto adicional de [. . .] libras esterlinas anuales.» ([37]).

(58) El envasador de azúcar competidor Round Tower era importador paralelo de azúcar procedente de Irlanda del Norte durante este período, azúcar que vendía bajo su marca Gold Seal. Una nota manuscrita sin fecha encontrada en la oficina del señor Keleghan señala:

«Recomendaciones y consecuencias Gold Seal Sugars: IR seguir como estamos, es decir rebajando cuando surja la necesidad. Actualmente hacemos descuentos a: [. . .]. A través de [. . .] hacemos descuentos a muchas tiendas independientes, las mayores de las cuales son [. . .] Imp. [consecuencia] Este método es sumamente peligroso tanto desde el punto de vista jurídico como comercial. Jurídicamente, debido a los precios selectivos. Comercialmente debido a este mismo hecho salvo que la selectividad beneficia a nuestros clientes más pequeños, es decir [. . .]. . . ex jefe de zona [. . .]. Usuario de menos de [. . .] toneladas al año con un precio neto de. . ., mientras que [. . .] que

compran de [. . .]a [. . .] toneladas por año o más de [. . .] toneladas de forma colectiva. . .» (38).

(59) En las actas de una reunión conjunta de Irish Sugar y SDL celebrada el 5 de junio de 1986, se señala lo siguiente:

«El señor C. M. Lyons [director gerente de SDL] manifestó que, teniendo en cuenta los precios sumamente bajos que se están discutiendo en Irlanda del Norte, era fundamental mantener la deducción promocional de [. . .] libras irlandesas por paquete [sacos de 15 × 1 kg] aplicada en la zona fronteriza. SE acordó continuar con esta promoción por el citado motivo.» (39).

(60) En una nota dirigida al señor Keleghan el 26 de julio de 1986, el señor Lyons escribió lo siguiente:

«1[. . .].

Hablé ayer con Joe Lane, quién llamó en referencia con la situación de [. . .] libras esterlinas por paquete para el mes de julio (. . .) le aconsejé que prorrogase esta situación en el mes de julio. Repasó cada uno de los clientes que había recuperado y ascendían a [. . .] de un total de [. . .] a los que les había concedido el descuento. Los otros [. . .] son clientes leales que siempre han permanecido con él pero que se encontraban presionados en las zonas en cuestión.» (40).

(61) En una reunión del Consejo de administración de McKinney celebrada el 19 de septiembre de 1986 se señaló que:

«mientras que era preocupante el descenso de las ventas de paquetes de azúcar, había que tener en cuenta que aproximadamente [. . .] toneladas de la reducción correspondían a las ventas transfronterizas reducidas de azúcar de McKinney.» (41).

(62) En una nota titulada «Temas de discusión» (42) se recogía la siguiente descripción de los problemas relacionados con las ventas transfronterizas:

«2. BSC y Tate & Lyle recortan sus precios (no nos hemos sumado) en otras 12/13 libras esterlinas en los pequeños autoservicios mayoristas fronterizos (ninguno de los cuales alcanzaría las 300 toneladas de azúcar anuales), que estaban encantados de almacenar su producto ya que en el de McKinney estaba marcado el precio y no podía utilizarse para tráfico transfronterizo.

Así pues tenemos un importante problema con los precios excesivamente bajos de estos autoservicios mayoristas y con el hecho de que los comerciantes transfronterizos compren y vendan más barato en el sur, lo cual supone actualmente un coste para CSET [Irish Sugar] de aproximadamente [. . .] libras esterlinas anuales en concepto de descuentos en la zona fronteriza del sur así como una pérdida del [. . .] de la cuota de mercado de paquetes al detalle en Irlanda del Norte. El problema es, en potencia, mucho más grave ya que el importe de los descuentos continúa aumentando y podía dar lugar a un descuento nacional que podría tener un coste de hasta [. . .] millones de libras irlandesas. . .» (43).

(63) En las actas de una reunión de Comité de SE [Irish Sugar]/SDL/JCC celebrada el 7 de enero de 1987 se afirma lo siguiente:

«El señor Keleghan informa que el descuento de [. . .] por paquete se había reducido a [. . .] por paquete en todas las zonas salvo en Donegal. Se acordó que a partir del 1 de diciembre de 1986 se redujese el descuento en Donegal a [. . .].» (44).

(64) En las actas de una reunión conjunta entre Irish Sugar y SDL celebrada el 12 de enero de 1987, se consigna lo siguiente por lo que se refiere a las ventas transfronterizas:

«El señor C. M. Lyons manifestó que la reducción del descuento transfronterizo de [. . .] a [. . .] por paquete había funcionado bien y sin problemas importantes y que el descuento no había supuesto incremento alguno de la pequeña cantidad de azúcar importada de BSC y T & L. El señor M. Leyden confirmó que se había producido una reacción similar en la zona oeste.» (45).

(65) En una reunión del Consejo de administración de McKinney celebrada el 21 de enero de 1987, el señor Keleghan señaló que el considerable descenso de las ventas a James Finlay Ltd:

«reflejaba tanto la reducción de las ventas transfronterizas como la pérdida, por parte de este cliente, de un importante contrato en el Reino Unido» (46).

(66) Las actas de la reunión del Consejo de administración de SDH del 18 de noviembre de 1987 señalan que:

«los descuentos fronterizos se suprimieron en julio de 1987 pero quizás haya que volver a aplicarlos a comienzos de 1988. Round Tower parece haber adoptado una política más racional en los últimos tiempos. . .» (47).

(67) Las actas de la reunión del Consejo de administración de SDH celebrada el 29 de marzo de 1988 indican que:

«El reciente incremento de 20 libras esterlinas en los precios de paquetes de azúcar en Irlanda del Norte, junto con el fortalecimiento de la libra esterlina frente a la libra irlandesa, había reducido las importaciones transfronterizas considerablemente. . .» (48).

(68) Las actas de la reunión del Consejo de administración de SDH celebrado el 28 de junio de 1988 indican que:

«los incrementos de los precios de los azúcares de BSC y Tate & Lyle han contribuido a estabilizar el mercado y a reducir las cantidades de azúcar procedentes del otro lado de la frontera» (49).

(69) En las actas de una reunión de dirección de Irish Sugar/SDL celebrada el 27 de junio de 1990 se señala que:

«el señor T. G. Keleghan manifestó que existía una posible amenaza al mercado nacional por parte de las importaciones transfronterizas procedentes del norte. Señaló que si esta amenaza se materializaba era importante reaccionar rápidamente tomando las medidas pertinentes para contrarrestar dicha amenaza. Entre estas medidas se incluiría el marcar el precio en el azúcar de McKinney y la actividad promocional adecuada en el mercado nacional. . .» (50).

II. Prácticas de precios discriminatorias frente a categorías concretas de consumidores

i) *Descuentos sobre el azúcar para exportación*

(70) Los precios del azúcar industrial de Irish Sugar varían según criterios comerciales habituales, tales como la cantidad comprada y las condiciones crediticias, y de una serie de otros factores. De éstos, el más importante y valioso, con mucho, es un descuento sobre el azúcar para exportación que se concede a los clientes que exportan su producto final, como confitería o bebidas refrescantes. Estos descuentos, a los que Irish Sugar denomina asimismo «Peripheral Factor Allowances» (PFA) se abonan según el tonelaje de azúcar exportado finalmente y, según las pruebas aportadas ([51]), algunos clientes comunican los volúmenes que han exportado con objeto de obtener un descuento sobre los atrasos (por ejemplo, el fabricante de mermeladas Chivers reclamó un importe de [...] libras irlandesas correspondientes al período de julio a octubre de 1994, de las que [...] libras irlandesas correspondían a exportaciones a «Inglaterra y Europa»). Irish Sugar afirma que algunos clientes, tales como los fabricantes de golosinas [...] y [...] (los principales clientes de Irish Sugar), tienen el descuento incorporado en su precio neto correspondiente a todas las compras de azúcar, aunque la filial de [...] Ireland se encuentra entre las empresas que presentan periódicamente a Irish Sugar informes sobre el tonelaje de «azúcar de exportación» utilizado. Aunque el sistema de descuentos a la exportación es similar al del régimen común del azúcar para las exportaciones fuera de la Comunidad, la mayor parte de las exportaciones para las que se conceden descuentos se efectúan a otros Estados miembros. Irish Sugar afirma que el sistema de descuentos se inició como consecuencia de la ayuda gubernamental a los exportadores durante la década de los años setenta. Por consiguiente, el sistema ha estado vigente durante un considerable período de tiempo y los descuentos sobre el azúcar de exportación se dabatieron en reuniones celebradas entre representantes de Irish Sugar y SDL con anterioridad al mes de febrero de 1990 ([52]).

(71) En una carta de fecha 24 de febrero de 1994 dirigida a la Office of Consumer Affairs, el señor Heaphy, de Irish Sugar, explicaba que el descuento a la exportación «ha sido de [...] a [...] por tonelada de azúcar utilizada para la fabricación del producto exportado» ([53]). En una carta a la Comisión, Irish Sugar manifestó que sólo se dispone de las cifras correspondientes a los descuentos medios a la exportación a partir de 1987, y reflejan el cálculo del valor total de los descuentos sobre el tonelaje total que supone un descuento medio de aproximadamente [...] libras irlandesas por tonelada entre 1987 y 1995, aunque es difícil determinar el descuento concedido a cada cliente ([54]). En realidad, las pruebas demuestran que los descuentos a la exportación pueden alcanzar hasta [...] libras irlandesas por tonelada, que existen clientes que aunque exportan los mismos volúmenes obtienen distintos descuentos por tonelada, y que el importe del descuento puede variar con el tiempo sin que exista una variación correspondiente de los volúmenes adquiridos o exportados ni ninguna correlación con las variaciones del tipo de cambio. Irish Sugar ha manifestado que,

«...cuando se han concedido PFA a una empresa durante un cierto período de tiempo, el PFA pasa a integrarse en el precio de compra de la empresa y, por consiguiente, ésta solicitará obtener el mismo nivel de descuento» ([55]).

(72) Los descuentos pueden también variar según el Estado miembro al que se efectúan las exportaciones, por ejemplo, el fabricante de golosinas William McKinney recibe un descuento de [...] libras irlandesas sobre el azúcar cuyo destino final es el Reino Unido y un descuento de [...] libras irlandesas para las exportaciones a otros países. Posteriormente se calcula el promedio junto con las compras destinadas al mercado «nacional» con objeto de conceder un descuento global de [...] libras irlandesas por tonelada sobre todo el azúcar adquirido por este cliente. El fabricante de bebidas Clintock, por otra parte, recibe un descuento de [...] libras irlandesas sobre todas las compras debido a que «se exporta un porcentaje muy elevado» —no se facilitan cifras que reflejen exactamente en qué proporción y a qué lugar—. Irish Sugar ha explicado durante las reuniones mantenidas con la Comisión que los descuentos se conceden con carácter específico a cada cliente por separado y que se notifican a la empresa que los recibe. Por ejemplo, en una carta fechada el 7 de octubre de 1993 dirigida a BSN Groupe, el señor Heaphy, de SDL, propone una reducción de [...] libras irlandesas por tonelada sobre el precio de los suministros de azúcar a la filial de BSN Irish Biscuits (como parte de las negociaciones anuales de precios con BSN), y añade a continuación: «tenemos un acuerdo de descuentos a la exportación con Irish Biscuits y, tras posteriores discusiones con esta, proponemos un descuento de [...] por tonelada» ([56]). Los descuentos a la exportación carecen de porcentajes o umbrales fijos y el sistema de descuentos no se hace público.

ii) *Discriminación frente a los envasadores de azúcar competidores*

(73) A comienzos de la década de los noventa, ASI dejó de suministrar al mercado del azúcar al detalle, y el porcentaje de productos ajenos a Irish Sugar era pequeño y prácticamente sin fluctuaciones (Round Tower disponía de un [...] consolidado del mercado, utilizando principalmente azúcar de Irish Sugar). Sin embargo, a mediados de 1993 cuatro envasadores, de los cuales los más importantes eran Gem Pack y Burcom, lanzaron paquetes de un kilo, aprovechándose de la gran diferencia de precios entre el azúcar industrial y al detalle. Gem Pack compraba azúcar únicamente a Irish Sugar. Burcom recurrió, durante algún tiempo, tanto a azúcar importado (de ASI) como a azúcar de Irish Sugar. Asimismo, ASI decidió lanzar su propio paquete al detalle en 1993 utilizando azúcar francés importado.

Precio del azúcar industrial

(74) Además de los descuentos a la exportación, Irish Sugar concede también una variedad de descuentos de menor importancia (entre [. . .] libras irlandesas y [. . .] libras irlandesas por tonelada) no relacionados con el volumen de compras. Estos descuentos se dirigen, por lo general, a los clientes «nacionales», aunque cuatro empresas los reciben junto con los descuentos a la exportación. Estos descuentos se conceden a nuevas empresas, empresas situadas lejos de sus mercado y empresas que se espera, o esperaba, que crecieran rápidamente. De hecho, tal como refleja la propia lista de precios de azúcar industrial a granel de Irish Sugar a 30 de junio de 1994, prácticamente todos los clientes obtienen algun tipo de descuento salvo los envasadores de azúcar competidores.

Cuadro 6

Principales clientes industriales de Irish Sugars 1994	Volumen adquirido en 1994 (toneladas)	Precio bruto 30. 6. 1994 IEP/tonelada	Precio neto 30. 6. 1994 IEP/tonelada
[. . .]	[. . .]	[. . .]	[. . .]

* El precio bruto incluye ya los descuentos para el azúcar de exportación.
** Compra de azúcar envasado (normalmente con una prima).
(E) Envasadores de azúcar.

Fuentes: Respuestas de Irish Sugar de 10 de agosto de 1994 y 10 de marzo de 1995 a las solicitudes de información de la Comisión. Ambas en el anexo 8 al pliego de cargos de 25 de marzo de 1996.

(75) Según los documentos de Irish Sugar, en 1990 se concedía a Gem Pack un PFA, o descuento a la exportación de [. . .] libras irlandesas por tonelada. Irish Sugar no ha explicado los motivos de este descuento pero ha argumentado que tenía como objetivo contribuir a que Gem Pack compitiera contra las importaciones de paquetes de azúcar en el período transcurrido hasta 1993, cuando no competía con Irish Sugar en el sector del azúcar en paquetes de un kilo. Este descuento correspondiente a los sobres de azúcar concluyó cuando Gem Pack comenzó a competir con Irish Sugar en los paquetes de un kilo. Irish Sugar ha manifestado [57] que posteriormente se ofreció a Gem Pack

un descuento de [...] libras irlandesas por tonelada en octubre de 1995 con efectos retroactivos a 1994. Irish Sugar ha manifestado también([58]) que el envasador de azúcar Burcom obtuvo asimismo un descuento sobre su precio del azúcar en 1994, aunque esto no constaba en su respuesta de agosto de 1994 ya que, a un precio de [...] libras irlandesas, se «cargaba como si hubiera adquirido [...] toneladas» ([59]), cuando «en su primer año de actividad (mayo 1993-mayo 1994) Burcom adquirió [...] toneladas» ([60]). A este respecto, cabe señalar que el 30 de junio de 1994 se continuaba cobrando 648,99 libras irlandesas a Burcom, tras el final de su primer año de actividad y a pesar de su rápido crecimiento. Durante el año que finalizó en diciembre de 1994, Burcom adquirió casi [...] toneladas de azúcar. Además, el fabricante de chicles Topps Ireland Ltd, que sólo compró [...] toneladas de azúcar en 1994, pagaba un precio bruto superior al de Burcom en sólo [...] libras irlandesas por tonelada.

(76) Al igual que los descuentos a la exportación, los otros descuentos se acuerdan con carácter puramente individual y se notifican verbalmente. Así, empresas en condiciones similares pueden conseguir descuentos completamente distintos. Por ejemplo, Gleeson, fabricante de bebidas refrescantes, obtiene un descuento de [...] libras irlandesas por tonelada debido a su distancia con respecto al mercado de Dublín, a pesar de que está más cerca de Dublín que otros clientes. Batchelor obtenía un «descuento promocional» de [...] libras irlandesas por tonelada en 1994 a pesar de que el volumen de sus compras había «descendido considerablemente», según Irish Sugar. Incluso Topps obtuvo un descuento de [...] libras irlandesas además de su precio bruto bajo debido a que, cuando se creó la empresa algunos años atrás, se «esperaba que las ventas fuesen considerables». Parece existir un claro desfase entre el resultado de ventas y la modificación de los descuentos mientras que los descuentos para las empresas «primerizas» y las de «crecimiento rápido» parecen limitarse a las empresas ajenas al negocio del azúcar.

(77) Al igual que ocurre con los descuentos a la exportación, los descuentos «nacionales» por tonelada no sólo son variables sino que el sistema con arreglo al cual se conceden, es decir, con o sin factura, sobre todas las ventas o con carácter retroactivo (como cantidad a tanto alzado) si se alcanzan determinados volúmenes de compra, varía también según los clientes.

Descuentos sobre objetivos y precios selectivos

(78) En la primavera de 1994 (marzo-mayo), junto con una promoción de la Copa del Mundo que incluía descuentos ordinarios por cantidad, Irish Sugar ofreció también a los principales mayoristas del sector de la alimentación de Irlanda descuentos por objetivos sobre los paquetes de un kilo de su marca Siucra.

(79) Irish Sugar ha manifestado que se ofrecía a los mayoristas un [...] adicional de descuento sobre todas las compras si alcanzaban un incremento del [...] sobre las anteriores compras semanales. El período de referencia tomado como base para calcular el incremento eran las 26 semanas transcurridas de abril a septiembre de 1993. Los documentos obtenidos en la empresa revelan que varios grupos mayoristas consiguieron un descuento por objetivos más elevado y dos de los clientes han confirmado este hecho en su respuesta a las solicitudes de información. National Wholesalers Grocers Alliance Ltd (NWGA) y el grupo Musgraves consiguieron un descuento por objetivos del [...]. Irish Sugar ha alegado([61]) que estas empresas han suministrado información incorrecta a la Comisión por lo que se refiere al porcentaje que obtuvieron como descuentos por objetivos. No obstante, los propios documentos de Irish Sugar([62]) reflejan claramente, refiriéndose a Musgraves, un «objetivo [...]», lo que corresponde con la afirmación del propio Musgraves respecto al descuento por objetivos que obtuvo. Irish Sugar no desmiente que se ofreciera algún tipo de descuento por objetivos a todos los mayoristas afectados.

(80) Una nota manuscrita interna denominada «Informe de operaciones» referente al azúcar al detalle señala que «la actividad promocional en abril y mayo contribuyó a incrementar las existencias y, por consiguiente, a unos menores niveles de venta en junio y probablemente también en julio» ([63]).

(81) Irish Sugar efectuó una nueva campaña de descuentos por objetivos para el azúcar Siucra durante dos semanas en el mes de octubre, relacionada también con las medias semanales durante el período de abril a septiembre de 1993. Los grupos mayoristas obtuvieron un descuento de [...] libras irlandesas por tonelada (aproximadamente el 3 % del precio medio de venta al por mayor) si conseguían un incremento del 8 % en las ventas en comparación con la media semanal. Las facturas correspondientes a ventas de paquetes de un kilo de Siucra durante este período reflejan que muchos clientes efectuaron compras considerablemente superiores al objetivo.

(82) Los descuentos por objetivos se ofrecieron también con carácter selectivo. En diciembre de 1994, Irish Sugar ofreció a la importante cadena minorista [...] un descuento por objetivos para 1995. Una nota interna fechada el 15 de diciembre de 1994 y encabezada «Propuesta 1995 [...]» recoge un «incentivo por crecimiento» de un descuento del [...] sobre las compras de Siucra en 1995, condicionado a un «incremento de [...] toneladas en el volumen de Siucra». Dado que los paquetes de un kilo de Siucra suponían una gran parte del total de las ventas de la marca Siucra en 1994/1995 a [...] ([64]), un incremento de las compras de Siucra consistiría fundamentalmente en compras de paquetes de un kilo de Siucra. En dicha fecha Irish Sugar competía con Burcom en la venta de paquetes de un kilo de la marca propia [...] a [...]. El plan de empresa

Greencore de 1994 señala que en abril de 1994 [...] volvió a lanzar [...], «suministrada al [...] por Burcom a al [...] por nosotros», y que «[...] está decidida a asentar la marca [...]. [...] concede el mismo espacio en las estanterías a [...] y a Siucra». Cualquier incremento del volumen de azúcar adquirido por [...] daría probablemente lugar a una reducción de las compras de [...] de un kilo, que era el producto con el que Burcom competía como proveedor.

(83) Irish Sugar ha alegado que Burcom cesó su actividad el 14 de diciembre de 1994, que la nota interna, por consiguiente, es posterior al cierre de Burcom y que «en aquella fecha Burcom no competía en el mercado en general o en representación de [...] en particular» ([65]). No obstante, el descuento por objetivos concedido a [...] consta también en el extracto del registro de condiciones complementarias de Irish Sugar, que, según ha destacado ésta, constituye un registro pormenorizado de sus condiciones en aplicación de lo dispuesto en las leyes irlandesas aplicables a las tiendas de alimentación ([66]). Dicho extracto ([67]) refleja claramente que la entrada «marca Siucra [...] incentivo por crecimiento Siucra [...]» se inscribió en el registro el 8 de diciembre de 1994 y, por lo tanto, fue calculado antes de dicha fecha. Además, las propias previsiones de beneficios y pérdidas de Irish Sugar efectuadas tras el lanzamiento de la marca Castle a finales de 1994 preveían que las compras de Burcom de azúcar a granel se duplicarían de [...] toneladas en 1993/1994 a [...] toneladas en 1994/1995 ([68]).

(84) Irish Sugar ha manifestado que en febrero de 1995 se ofreció al grupo mayorista [...] tanto un descuento por objetivos como un descuento no relacionado con estos mismos para todas las compras de productos de Irish Sugar entre marzo de 1995 y febrero de 1996. [...] adquirió productos de Irish Sugar por un valor de aproximadamente [...] millones de libras irlandesas durante el año anterior. Las condiciones reconocidas, que han sido confirmadas por [...], consistían en un descuento incondicional del [...] sobre el valor de las compras y un descuento condicional suplementario del [...] correspondiente a un incremento del [...] de las compras durante el año. Gem Pack compitió activamente con Irish Sugar por las ventas de azúcar al detalle a [...].

VALORACIÓN JURÍDICA

ARTÍCULO 86

(85) En virtud de lo dispuesto en el artículo 86 del Tratado CE, se prohíbe toda explotación abusiva de una posición dominante por parte de una o más empresas en el mercado común o en una parte sustancial del mismo por ser incompatible con el mercado común en la medida en que afecte al comercio entre los Estados miembros.

A. *Mercado considerado*

Mercado de productos afectado

(86) Según estableció el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas en el asunto Hoffmann-La Roche/Comisión ([69]):

«El concepto de mercado considerado implica la posible existencia de competencia efectiva entre productos que forman parte del mismo mercado y presupone la existencia de cierto grado de sustituibilidad entre todos los productos que forman parte del mismo mercado, por lo que respecta a su utilización específica.».

(87) En su Decisión 88/518/CEE ([70]) en el asunto Napier Brown-British Sugar, relativa a ciertas prácticas restrictivas relacionadas con la venta de azúcar granulado, la Comisión opinó que el mercado de productos afectado estaba constituido por el azúcar blanco granulado.

(88) Los azúcares especiales, los azúcares líquidos y los jarabes, que se utilizan con finalidades diferentes que los azúcares granulados, no están destinados a cubrir las mismas necesidades y, por lo tanto, no forman pate del mercado de productos del azúcar blanco granulado, porque el consumidor no los considera sustituibles.

(89) Las sustancias sustitutivas del azúcar producidas industrialmente, tales como la isoglucosa, la sacarina, los ciclamatos o el aspartamo, sólo compiten con el azúcar natural en una serie de usos muy restringidos, tales como los productos «dietéticos» y, por consiguiente, no forman pate del mismo mercado de productos afectado que el azúcar granulado.

(90) Sin embargo, la Comisión acepta el argumento de Irish Sugar ([71]) según el cual el mercado del azúcar blanco granulado está subdivido a su vez en dos mercados: el del azúcar industrial y el del azúcar al detalle. Ambos tienen características coincidentes y comparten la misma materia prima, el azúcar granulado, y en ambos los suministros están sujetos al régimen común del azúcar. No obstante, si bien existe cierto grado de sustituibilidad de la oferta por lo que respecta al uso a que se destinan los productos, los volúmenes vendidos y los tipos de clientes, se trata de mercados diferenciados. El azúcar industrial se vende a granel o en grandes sacos (de 50 kg, por ejemplo) y se utiliza procesado como ingrediente en la fabricación de bebidas y productos alimenticios, o se envasa para su venta como azúcar al detalle. Así pues, los clientes del azúcar industrial son en su mayoría fabricantes de productos alimenticios o bebidas, o envasadores. En algunos Estados miembros, también se hallan presentes en el mercado del azúcar industrial ciertos comerciantes o intermediarios. El azúcar al detalle se vende en cantidades más pequeñas, como los paquetes o bolsas de 1 kg, y se emplea fundamentalmente en el ámbito doméstico o en el de los distintos servicios de restauración. Para los procesadores de azúcar, los clientes de azúcar al detalle son los comerciantes mayoristas y minoristas. Las

mencionadas diferencias de envasado, distribución y perfil de los consumidores entre el azúcar industrial y el azúcar al detalle conducen a estructuras de precios muy diferentes en ambos mercados en todo el ámbito comunitario.

Mercado geográfico de referencia

(91) El Tribunal de Justicia ha definido el mercado geográfico de referencia [72] como:

«la zona geográfica donde se comercializa [el producto en cuestión] y donde las condiciones de competencia son lo suficientemente homogéneas como para permitir la evaluación de la repercusión del poder económico de una determinada empresa».

(92) El mercado geográfico de referencia en el que debe evaluarse el poder de mercado de Irish Sugar es Irlanda. Esta conclusión se deriva de los elementos que se exponen a continuación.

(93) Como ya se ha indicado anteriormente, uno de los elementos fundamentales de la organización común del del mercado de azúcar es que, en la Comunidad, cada uno de los Estados miembros recibe una cantidad básica de azúcar de remolacha que divide y asigna en cuotas entre las empresas de procesado de remolacha (azúcar A/B). Al ser la única empresa de procesado de remolacha azucarera en Irlanda, Irish Sugar obtiene la totalidad de la cuota de azúcar A/B para ese país. La cuota, que asciende generalmente a 200 200 toneladas anuales, rebasa ampliamente el consumo doméstico. Así pues, hasta ahora, la producción de Irish Sugar ha bastado para cubrir la totalidad del consumo en Irlanda. En su sentencia en el asunto Suiker y otros/Comisión [73], el Tribunal de Justicia reconoció que la organización común del mercado del azúcar influye considerablemente sobre la producción y las ventas de azúcar en la Comunidad:

«No cabe duda de que el mencionado sistema de cuotas nacionales, al impedir que la producción se fuera desplazando hacia zonas especialmente adecuadas para el cultivo de remolacha azucarera, y al evitar además todo incremento significativo de la producción, ha restringido sensiblemente las cantidades que los productores pueden vender en el mercado común.».

«Esta restricción, unida a unos costes de transporte relativamente elevados, tendrá probablemente un efecto no desdeñable sobre uno de los elementos esenciales de la competencia, a saber, la oferta y, por consiguiente, sobre el volumen y la forma de los intercambios comerciales entre Estados miembros».

No obstante,

«A pesar de las críticas a las que se pueda someter a un sistema que ha sido concebido para consolidar la compartimentación de los mercados nacionales mediante el establecimiento de cuotas nacionales, y cuyos efectos se analizarán más adelante, es evidente que, en la práctica, deja un ámbito residual de competencia y que dicho ámbito está sujeto a lo dispuesto en las normas de competencia.».

(94) Irish Sugar es el único productor de azúcar con un sistema de distribución consolidado mediante el que abastece a sus clientes en todo el territorio irlandés. La práctica totalidad de los clientes industriales y minoristas irlandeses se abastecen en el propio país. Dichos clientes compran el azúcar a Irish Sugar o a importadores, pero nunca se dedican directamente a las actividades de importación.

(95) Irish Sugar ha alegado que, en su sentencia en el asunto Suiker [74], el Tribunal de Justicia hizo hincapié en que el sistema comunitario tiene asimismo elementos que favorecen el desarrollo de los intercambios entre Estados miembros y, por consiguiente, la competencia efectiva, o que, al menos, pueden atenuar los efectos negativos del régimen comunitario mencionado. En concreto, se señala que la circulación intracomunitaria de azúcar refinado es inherente al sistema comunitario, gracias a la creación de zonas excedentarias y deficitarias. Aunque la cuota de azúcar A/B irlandés rebasa ampliamente el consumo nacional, en el régimen del azúcar Irlanda es considerada zona deficitaria. Ello significa que el precio de intervención para el azúcar es más elevado en las zonas deficitarias como Irlanda a fin de estimular las importaciones procedentes de las zonas excedentarias a las deficitarias. Irish Sugar aduce, además, que en Francia, Alemania, Dinamarca, Bélgica y los Países Bajos existen enormes excedentes de azúcar que en principio podrían venderse a Irlanda. Habría que señalar, sin embargo, que hasta el momento las importaciones de azúcar en Irlanda sólo han supuesto un porcentaje muy reducido del consumo total de azúcar granulado en el país [75]. Uno de los principales obstáculos a la importación de azúcar del continente es el coste del flete, particularmente si se tiene en cuenta que no existe carga que transportar en el trayecto de vuelta. Irish Sugar ha declarado [76] que, a pesar de la afirmación recogida en el plan de empresa del Grupo Greencore de junio de 1994 sobre utilización de contenedores específicos (véase más arriba), «la falta de carga de retorno ya no supone un problema», ya que los contenedores usados para el transporte de azúcar ahora pueden utilizarse para transportar mercancías de vuelta. Sin embargo, al margen de cuál sea la situación actual, la declaración de Irish Sugar muestra que, durante caso todo el período considerado, el coste del flete constituyó un obstáculo para la importación de azúcar bruto. Además, las importaciones de azúcar en paquetes están sufriendo una desventaja estructural debido a que, a lo largo de estos años, los clientes industriales han pasado a almacenar el azúcar en silos. Con ello, el mercado de azúcar en bolsas se va reduciendo gradualmente y, en la actualidad, supone menos de 7 000 toneladas.

(96) Irlanda del Norte no forma parte del mismo mercado geográfico que Irlanda. Aunque Irish Sugar cuenta con una cuota de mercado notablemente elevada en la provincia [...], el entorno competitivo de ésta es claramente distinto del de Irlanda. Irlanda del Norte no produce azúcar en absoluto. Las importaciones procedentes de Irish Sugar se efectúan a través de su filial McKinney, y el azúcar al detalle se vende bajo la marca McKinney. Por otro lado, los dos productores británicos, British Sugar y Tate & Lyle, ausentes del mercado de Irlanda, compiten el el mercado de Irlanda del Norte y controlan la cuota de mercado restante que se sitúa entre el [...] y el [...]. Existe asimismo una importante diferencia por lo que respecta a la demanda, ya que muchos de los clientes pertenecen a grupos establecidos también en otras partes del Reino Unido y que, por lo tanto, tienen mayores posibilidades de abastecerse de azúcar recurriendo a los productores británicos. Además, las diferencias de precios entre Irlanda e Irlanda del Norte son muy marcadas. Concretamente, el azúcar al detalle se ha mantenido a un precio muy inferior en Irlanda del Norte que en Irlanda, y en los documentos internos de Greencore copiados por la Comisión se hace referencia a una «prima del mercado nacional» sobre el azúcar. Durante el período en que la diferencia de precios en el mercado de azúcar al detalle entre Irlanda del Norte e Irlanda era lo suficientemente grande como para propiciar las importaciones procedentes de Irlanda del Norte, Irish Sugar demostró que era capaz de resistir cualquier ataque a su posición en el «mercado nacional» de Irlanda. Durante la guerra de precios en el Reino Unido, Irish Sugar pudo seguir manteniendo una diferencia de precios importante por lo que respecta al azúcar al detalle en Irlanda. En cuanto al azúcar industrial, Irish Sugar ha sido capaz de mantener precios bastante altos para aquellos clientes que operaban únicamente en el mercado nacional.

(97) Así pues, el mercado geográfico de referencia abarca la totalidad de un Estado miembro, Irlanda. Ello representa una parte importante del mercado común. En el período 1993-1994, el consumo total de azúcar en Irlanda ascendió a 173 000 toneladas. Como se ha señalado anteriormente, el consumo de azúcar per cápita en Irlanda es superior a la media comunitaria, lo que refleja el importante papel que desempeña este producto tanto en la industria de alimentación y bebidas del país, de gran importancia económica, como en el mercado minorista.

(98) Ateniéndose a las características expuestas, la Comisión ha llegado a la conclusión de que los mercados de referencia son los del azúcar granulado para usos industriales y al detalle en Irlanda. Asimismo, llega a la conclusión de que representa una parte sustancial del mercado común en el sentido del artículo 86, habida cuenta del volumen de consumo y producción de azúcar.

B. *Posición dominante*

(99) Irish Sugar mantiene una posición dominante en los mercados de azúcar granulado en Irlanda, tanto por lo que respecta a laventa industrial como a la venta al detalle.

(100) En el asunto Hoffmann-La Roche/Comisión [77], el Tribunal de Justicia definía el concepto de posición dominante de la siguiente forma:

«La posición dominante a la que se alude [en el artículo 86] consiste en la situación de poder económico de que goza una empresa que le permite impedir el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado de referencia, al conferirle el poder de actuar, en gran medida, independientemente de sus competidores, sus clientes y, en última instancia, de los consumidores ...

La existencia de una posición dominante puede deberse a diversos factores que, tomados por separado, no son necesariamente determinantes; sin embargo, entre dichos factores, hay uno de fundamental importancia: la existencia de grandes cuotas de mercado.».

(101) A continuación, se exponen los factores que han llevado a determinar la existencia de una posición dominante de Irish Sugar en los mercados del azúcar granulado industrial y al detalle en Irlanda.

(102) En el período comprendido entre 1985 y 1995, Irish Sugar controló más del 90 % del mercado del azúcar granulado en su conjunto. Por consiguiente, sus competidores sólo contaron con cuotas de mercado marginales. ASI, el principal importador a Irlanda de azúcar industrial y, en ciertos períodos, al detalle, tuvo una cuota de mercado aproximada del [...] o incluso inferior durante el período 1985-1995. Durante algunos años, Round Tower mantuvo una cuota de mercado del [...] en el mercado minorista, de dimensión más reducidas, pero, a partir de 1988, empezó a adquirir la mayor parte de su azúcar industrial a Irish Sugar. Entre 1993 y 1995 Gem Pack tuvo una cuota del [...] en el mercado de azúcar al detalle, pero para abastecerse de azúcar industrial recurre también a Irish Sugar.

(103) El tamaño relativamente reducido de Irish Sugar en términos de producción en comparación con los productores de otros Estados miembros, algunos de los cuales una vez abastecido el mercado nacional cuentan con excedentes mucho más importantes, es irrelevante a la hora de determinar la posición de esta empresa en el mercado irlandés. El hecho deque en la primera mitad de los años ochenta Irish Sugar registrara pérdidas no resulta contradictorio con la existencia de una posición dominante [78].

(104) El régimen comunitario del azúcar limita las ventas de azúcar de producción comunitaria en la Comunidad al total de las cuotas de producción nacional. Irish Sugar es el único productor de azúcar en la isla y cada año se le asigna la totalidad de la cuota de azúcar para Irlanda. Dicha cuota basta para cubrir todo el consumo de azúcar granulado en el país. La empresa cuenta con un sistema de distribución consolidado a través del cual abastece a los clientes industriales, mayoristas y minoristas de todo el país.

(105) La competencia derivada de las importaciones de azúcar desde 1985 no ha impedido a Irish Sugar mantener unas cuotas de mercado elevadas y, por lo tanto, gozar de una posición dominante en el sentido del artículo 86. Las importaciones de azúcar a Irlanda representaron exclusivamente una parte muy reducida del consumo total de azúcar granulado. En particular, las importaciones de azúcar de Irlanda del Norte y de Francia sólo han tenido una influencia marginal con respecto a la posición competitiva de Irish Sugar.

(106) Irish Sugar ha alegado([79]) que la posición que mantiene en el mercado del azúcar industrial en Irlanda no es dominante debido a la «posición de fuerza que mantienen frente a ella» sus principales clientes industriales y, concretamente, los dos más importantes, [. . .] y [. . .], quienes representan conjuntamente cerca del [. . .] de sus ventas industriales y amenazan con «la posibilidad de dejar de producir en Irlanda si los factores de producción empiezan a resultar demasiado caros. En ese caso, dichas empresas trasladarían su producción a otro lugar y así Irish Sugar las perdería por completo.».

(107) No obstante, incluso aceptando que los clientes mencionados tengan cierto poder adquisitivo, para abastecerse de azúcar a granel dependen asimismo de Irish Sugar. Como se señalaba en el considerando 94, el régimen del azúcar tiene por efecto la reducción del volumen de suministros alternativos. Además, el coste del transporte de azúcar por mar es uno de los principales obstáculos para la importación de dicho producto a Irlanda. Como se ha indicado ya, el nicho de mercado para la importación de azúcar industrial y, en particular, de azúcar empaquetado, se ha ido reduciendo gradualmente durante la última década como resultado del cambio que se ha operado en los usuarios industriales, que han pasado a almacenar en silos el azúcar suministrado. Por otro lado, lo reducido del mercado irlandés hace más difícil que los productores de azúcar del Benelux, Francia, Alemania o Dinamarca obtengan un rendimiento satisfactorio de su inversión por lo que respecta a sus ventas en el mercado irlandés. El hecho de que a largo plazo las empresas puedan tomar la decisión de trasladarse no anula su actual dependencia de un proveedor concreto.

(108) Como la Comisión señaló en su Decisión en el asunto Nestlé/Perrier([80]), la concentración de los compradores debe compararse con la existente en la vertiente de la oferta. En el caso del mercado irlandés de azúcar industrial, en el que Irish Sugar controló más del 90 % de la oferta a lo largo del período considerado (y más del [. . .] durante la mayor parte del mismo) es evidente que, a pesar de la existencia de dos grandes clientes, la demanda está compuesta por una serie de compradores con fuerzas muy dispares y a los que no se puede englobar con objeto de llegar a la conclusión de que pueden presionar a un proveedor que controla más del 90 % del mercado. La cuota de ventas de los dos clientes más importantes no contrarresta la posición dominante de Irish Sugar. Además, como se señala en la Decisión en el asunto Nestlé/Perrier, al aplicar las normas de competencia, la Comisión también debe preocuparse de proteger a los compradores más débiles. Como se explica más adelante, Irish Sugar ha ejercido una discriminación sobre ciertas categorías de clientes. Además, la media de los precios ex-fábrica del azúcar granulado a granel en Irlanda se ha situado entre las más elevadas de la Comunidad. Dichos precios se han venido manteniendo más elevados que los precios medios en el Reino Unido, el Estado miembro más próximo en el que también se produce azúcar.

(109) Aunque Irish Sugar obtuvo una cuota ligeramente más pequeña en el mercado de azúcar al detalle durante el período considerado (superior al 85 %), también mantuvo una posición dominante. El hecho de que las grandes cadenas de supermercados como [. . .] y otras cadenas minoristas hayan incrementado su cuota de mercado en los últimos años en detrimento de los grupos mayoristas no excluye la existencia de una posición dominante de Irish Sugar. Como la Comisión ha afirmado en sus Decisiones en los asuntos Nestlé/Perrier y Procter & Gamble/Schickedanz II([81]), para determinar la capacidad de negociación de los minoristas con respecto a los fabricantes hay que tener en cuenta la fuerza que supone la fidelidad del consumidor a una marca. La propia Irish Sugar ha mencionado la «reconocida ventaja de marca» de los productos Siucra. Incluso los minoristas que ofrecen azúcar de su propia marca recurren a Irish Sugar para abastecerse por motivos de fidelidad de los consumidores a una marca de origen irlandés. Además, aunque a lo largo de los últimos diez años ha habido varios competidores nacionales en el mercado minorista, dichas empresas controlan cuotas de mercado muy pequeñas y dependen de Irish Sugar para casi todos los suministros de azúcar industrial.

(110) De todo lo expuesto anteriormente se concluye que, durante el período considerado, Irish Sugar ha mantenido una posición que le ha permitido actuar en cierta medida independientemente de sus competidores en ambos mercados, incluidas las empresas irlandesas dedicadas al envasado de azúcar para las ventas al detalle en el mercado irlandés y los productores de azúcar establecidos en otros Estados miembros.

(111) Antes de 1990, Irish Sugar controlaba el 51 % de SDH (la empresa matriz de SDL) y tenía capacidad para nombrar a la mitad de los miembros del consejo de administración de SDH. No obstante, Irish Sugar ha subrayado que en dicho período no ejercía el control de la gestión de SDH. El director gerente de Irish Sugar y otros consejeros de ésta participaban el el consejo de administración de SDH y SDL y las responsabilidades y corresponsabilidades de Irish Sugar y SDL se fijaron a media-

dos de 1982. SDH era responsable de las decisiones sobre ventas y fijación de precios. Además, como ha podido observase anteriormente, en las reuniones conjuntas de carácter mensual mantenidas con representantes de sus filiales de ventas, Irish Sugar discutía abiertamente el enfoque de su política comercial, que incluía los problemas que tanto Irish Sugar como SDL/SDH tenían que afrontar como resultado de las importaciones y las medidas defensivas que habían de adoptar. Asimismo, en las reuniones entre representantes de SDL/SDH e Irish Sugar se discutían pormenorizadamente los precios para clientes concretos, así como los descuentos a las exportaciones de azúcar.

(112) Además de la participación de Irish Sugar en el accionariado de SDH, su representación en el consejo de administración de SDH y SDL, la estructura de toma de decisiones de las empresas y el proceso de comunicación establecido para facilitarlo, existían también vínculos directos de carácter económico entre las empresas. SDL se comprometía a comprar todo el azúcar que necesitara a Irish Sugar. Por su parte, Irish Sugar financiaba todas las promociones y descuentos ofrecidos a los clientes individuales por SDL. Estos vínculos comerciales creaban intereses paralelos de ambas empresas con respecto a terceros. En su sentencia en el asunto Società Italiana di Vetro/Comisión ([82]), el Tribunal de Justicia señalaba que cuando dos organismos económicos independientes en un mercado específico están unidos por vínculos económicos de este tipo y, como consecuencia de ello, mantienen conjuntamente una posición dominante con respecto a otros operadores en el mercado, puede considerarse que ambos ejercen conjuntamente un dominio económico.

(113) Se concluye, pues, que durante el período pertinente Irish Sugar mantuvo una posición dominante individual o, por lo menos, con anterioridad a febrero de 1990, conjunta en el mercado del azúcar granulado respecto de las ventas al por menor e industriales en Irlanda.

C. *Abuso de posición dominante*

(114) Los hechos expuestos, basados en pruebas documentales incluidas en el expediente, muestran que, a partir de 1985, uno de los principales elementos de la política comercial de Irish Sugar ha sido la protección de su mercado nacional irlandés frente a las importaciones procedentes de otros Estados miembros, por un lado, y frente a los envasadores de azúcar competidores dentro de Irlanda, por otro. Además, durante un período que abarca como mínimo los últimos diez años, la política comercial de Irish Sugar ha llevado aparejada la imposición de una política de precios discriminatoria dentro del mercado nacional. Una de las prácticas ha consistido en recurrir a métodos distintos de los que configuran la competencia normal de los productos o servicios en función del rendimiento de los comerciantes, lo que ha impedido el mantenimiento del reducido grado de competencia existente en el mercado o el incremento de dicha competencia. Así pues, puede concluirse que Irish Sugar ha abusado de su posición dominante en el mercado del azúcar en Irlanda ([83]).

(115) La comprobación de que una empresa mantiene una posición dominante no constituye en sí misma una recriminación sino que significa que, independientemente de las razones por las cuales mantenga esa posición, la empresa en cuestión adquiere una responsabilidad específica que debe llevarle a evitar que su conducta falsee la competencia genuina en el mercado común ([84]). El hecho de que, a través de la asignación de una cuota de producción a Irish Sugar, la empresa se vea confiadas ciertas responsabilidades en virtud de la organización común de mercados del azúcar y que, en parte debido a este hecho, Irish Sugar mantenga una posición dominante en el mercado irlandés, no le dispensa de la obligación de evitar un comportamiento abusivo. El artículo 1 del Reglamento nº 26 del Consejo, de 4 de abril de 1962, sobre aplicación de determinadas normas sobre la competencia a la producción y al comercio de productos agrícolas ([85]), modificado por el Reglamento nº 49 ([86]), establece que los artículos 85 a 90 del Tratado se aplican a todos los acuerdos, decisiones y prácticas dominantes a que se refiere el apartado 1 del artículo 85 y el artículo 86 del Tratado relativos a la producción o al comercio de los productos enumerados en el Anexo II del Tratado. Aunque el Reglamento mencionado prevé ciertas excepciones por lo que respecta al artículo 85, el artículo 86 se aplica sin ninguna restricción en el sector de la agricultura.

(116) Para defender su mercado, Irish Sugar recurrió a diferentes tipos de prácticas abusivas que se aplicaron alternativa o conjuntamente siempre que resultó necesario, a partir de 1985.

(117) Las medidas adoptadas por Irish Sugar antes de 1990 con respecto a la restricción del transporte, por ambas empresas con respecto a los descuentos transfronterizos, descuentos a la exportación y descuentos por fidelidad, y por SDL con respecto al cambio de productos o a la fijación selectiva de los precios, se llevaron a cabo partiendo de una posición dominante conjunta.

(118) Basándose en las pruebas documentales del expediente, la Comisión concluye que Irish Sugar y/o SDL participaron en las prácticas ilegales que se describen a continuación y que, como se ha expuesto anteriormente, formaban parte de una política duradera y global de protección de los mercados nacionales de Irish Sugar, tanto por lo que respecta al azúcar industrial como al azúcar al detalle.

I. Medidas de protección del mercado nacional frente a la competencia ejercida por las importaciones de otros Estados miembros

i) *Importaciones procedentes de Francia*

(119) A partir de 1985, Irish Sugar y SDL tomaron medidas para impedir la competencia del azúcar industrial y al detalle procedente de Francia. Dichas medidas consistieron en la restricción del transporte del azúcar francés a Irlanda, la fijación selectiva de precios, incluida la concesión de descuentos por fidelidad, y el cambio de productos.

Restricción del transporte

(120) En 1985, Irish Sugar llevó a cabo una serie de acciones encaminadas a evitar el transporte de azúcar francés a Irlanda por parte de la compañía estatal de transporte marítimo B & I. Irish Sugar presionó a este transportista utilizado por ASI y aquél cedió a la presión. Aunque por entonces B & I no era la única compañía de transporte marítimo que efectuaba servicios de navegación entre Francia e Irlanda, fue contratada por ASI por considerarla un medio de transporte adecuado para su azúcar. La acción de Irish Sugar redujo inevitablemente la actividad importadora de azúcar francés de ASI y, por consiguiente, esta empresa interpuso un recurso judicial contra B & I y Irish Sugar.

(121) Irish Sugar ha admitido ante la Comisión que insinuó a B & I que prescindiría de sus servicios si continuaba transportando azúcar de la empresa CFS de Francia a Irlanda. Sin embargo, ha aducido que se sentía a su vez amenazada por CFS, un productor de azúcar mucho más importante. Consideraba asimismo que, en ese momento, la prestación de servicios de transporte por parte de B & I y CFS entraba en conflicto con un compromiso anterior con su accionista común, el Estado irlandés.

(122) La Comisión no considera válida dicha justificación. Presionar a un transportista a fin de evitar que transporte productos competidores no puede considerarse una práctica empresarial normal. El objeto y efecto de esta acción fue la protección de la posición de Irish Sugar en Irlanda y, con ello, la restricción de la competencia en ese mercado en detrimento de los consumidores. En esas circunstancias, se ha llegado a la conclusión de que, al presionar a la compañía de navegación B & I para que dejara de transportar azúcar francés para ASI, Irish Sugar infringió el artículo 86.

Precios selectivos

(123) En una nota de 8 de marzo de 1988 a los miembros del Consejo ejecutivo de Irish Sugar/SDL/JCC relativa a las importaciones de azúcar procedentes de Francia, el Sr. Keleghan (por entonces director de ventas de SDL) establecía una política de fijación de precios bajos dirigida de forma selectiva a posibles clientes de ASI. Estos precios más bajos no se ofrecían a todos los clientes, y ni siquiera a los más importantes. Dicha política infringe el principio sentado en la sentencia del Tribunal de Justicia en el asunto Michelin/Comisión ([87]) según el cual, una empresa que mantenga una posición dominante tendrá la responsabilidad específica de no reducir todavía más la competencia que aún existe en el mercado.

Cambio de productos

(124) La Comisión tiene pruebas de que cuando en 1988 ASI introdujo en el mercado los paquetes de 1 kg de azúcar al detalle «Eurolux» de CFS, SDL acordó con un mayorista y un minorista la situación del azúcar Eurolux por el suyo propio. Irish Sugar ha reconocido este hecho ante la Comisión. Sin embargo, según esta empresa, y en oposición con lo afirmado en la declaración jurada del Sr. Brennan, funcionario autorizado representante del Director de Consumo y Comercio (Director of Consumer Affairs and Fair Trade) ante los Tribunales irlandeses, no se produjo amenaza o sanción financiera alguna. En opinión de Irish Sugar, el canje fue la reacción a una demanda muy débil de los productos franceses debido a su deficiente comercialización. Por lo tanto, dicho cambio no impidió a CFS establecerse en el mercado irlandés.

(125) La explicación de Irish Sugar de las circunstancias en que se produjo el canje de productos es difícil de admitir. En el caso de ADM, la sustitución tuvo lugar poco tiempo después de que ésta enviara su boletín de 15 de abril de 1988 a todos sus miembros (es decir, las tiendas minoristas de la cadena Londis) advirtiéndoles de la existencia de azúcar Eurolux a su disposición. Así pues, las partes no dejaron tiempo suficiente para el lanzamiento, el posicionamiento y la comercialización del nuevo producto. Por lo que respecta a Kelly's, según la declaración jurada del Sr. Brennan, en un principio el producto se vendía bien. Por lo tanto, no se explica que Kelly's sustituyera súbitamente el azúcar Eurolux por una cantidad equivalente del producto correspondiente de Irish Sugar. Así pues, la Comisión ha llegado a la conclusión de que, en ambos casos, el aparente objetivo de Irish Sugar al realizar el canje de productos fue evitar que Eurolux lograra cierta presencia en el mercado irlandés obteniendo así el fondo de comercio necesario. El propio canje tuvo por efecto la obstaculización de la entrada de un nuevo producto en el mercado irlandés que hubiera competido con la marca Siucra, de Irish Sugar. Cabe señalar asimismo que la intervención del Sr. Comerford (director general de Irish Sugar) en el consejo de dirección de 28 de junio de 1988 muestra que en aquel momento Irish Sugar no consideraba la competencia de Eurolux un asunto de importancia menor. Irish Sugar había sido informada por ASI de la acción de SDL.

(126) La sustitución de productos por una empresa dominante constituye un abuso en el sentido del

artículo 86 siempre que tenga por objeto o efecto la restricción o eliminación de la competencia de una empresa que accede por primera vez al mercado [88], como ocurre en este caso. De hecho, el canje de productos tuvo por efecto la consolidación de la posición conjunta de Irish Sugar y SDL como proveedores casi monopolísticos de azúcar en el mercado.

Descuentos de fidelidad

(127) El acuerdo entre SDL y ADM por el que ADM obtenía un precio ventajoso si las compras alcanzaban cierto nivel (es decir, el precio que aplicaba a las compras de más de [xxx] toneladas en las compras de [x] toneladas) no era evidentemente un descuento por volumen normal y constituía un descuento de fidelidad cuyo efecto era el de vincular al cliente con el proveedor dominante. Así pues, esta práctica constituía una infracción del artículo 86 acordada por SDL y financiada por Irish Sugar.

ii) *Importaciones procedentes de Irlanda del Norte*

Descuentos selectivos (precios discriminatorios) incluidos los descuentos fronterizos

(128) Irish Sugar y SDL adoptaron medidas encaminadas a restringir las importaciones procedentes de Irlanda del Norte, en particular, durante el período 1985-1988, mediante una política de fijación de precios selectivos o discriminatorios en el mercado irlandés del azúcar. Esta política incluía la concesión de ventajas especiales a clientes específicos. En particular, se concedía un descuento especial a determinados clientes establecidos en la zona fronteriza con Irlanda del Norte (descuentos fronterizos). Este tipo de descuento fue discutido abiertamente por Irish Sugar y SDL y financiado por Irish Sugar. Su objetivo era reducir las importaciones de paquetes al detalle más baratos procedentes de Irlanda del Norte a Irlanda. El descuento fronterizo se concedía independientemente de factores económicos objetivos tales como el volumen de ventas de los clientes. Se utilizaba y adaptaba siempre que se consideraba que la diferencia de precios entre Irlanda del Norte e Irlanda podía inducir a efectuar ventas transfronterizas.

(129) La aplicación de los descuentos fronterizos es un abuso de la posición dominante conjunta de Irish Sugar y SDL en virtud de lo dispuesto en el artículo 86. Mediante dicha práctica, ambas empresas han estado aplicando condiciones distintas a transacciones equivalentes con otros comerciantes, situando así a aquellos a los que no se consideraba aptos para beneficiarse del descuento en una situación de desventaja competitiva. Además, lo que se pretendía y se consiguió con este descuento era evitar las importaciones de azúcar de Irlanda del Norte, ya fueran importaciones de azúcar de los competidores de Irish Sugar o reimportadores de su propio azúcar, limitando de esta forma el mercado en detrimento de los consumidores. Así pues, los descuentos fronterizos forman parte de una estrategia de división de los mercados y exclusión de los competidores. El descuento no se concedía basándose en razones económicas objetivas tales como las cantidades adquiridas por el cliente, los costes de transporte y comercialización o cualquier servicio de promoción o de almacenamiento prestado por el cliente, sino exclusivamente en el lugar de establecimiento del minorista y, en particular, en si el cliente estaba o no establecido en una zona fronteriza con Irlanda del Norte. Esta práctica selectiva y discriminatoria ha sido condenada por la Comisión y el Tribunal de Justicia en casos anteriores [89].

(130) En general, Irish Sugar no niega que, aliada con SDL, iniciara una serie de prácticas para competir con las importaciones más baratas de Irlanda del Norte a Irlanda. Sin embago, Irish Sugar ha señalado que la Comisión debería evaluar este comportamiento a la luz de cietos hechos y factores económicos. En particular, alude al hecho de que las prácticas mencionadas se llevaron a cabo principalmente entre 1984 y 1986, período en el que se produjo la guerra de precios entre Irish Sugar y Tate & Lyle, y en la que también participó Irlanda del Norte. Irish Sugar alega que como en aquel momento registraba importantes pérdidas, no pudo combatir las importaciones más baratas reduciendo sus precios hasta situarlos al nivel de éstas.

(131) Irish Sugar alegó posteriormente en su respuesta al pliego de cargos que su política de fijación de precios selectiva en relación con las importaciones de Francia e Irlanda del Norte era una medida defensiva. Irish Sugar hacía alusión a una disposición incluida en la Decisión de la Comisión sobre medidas cautelares en el caso ECS/AKZO [90] para declarar que «no supone una práctica abusiva el que un proveedor dominante ajuste sus precios para hacerlos coincidir con las ofertas realizadas por la competencia a sus clientes» [91]. En esencia, Irish Sugar declaraba que mediante dichas prácticas estaba tratando de preservar su viabilidad como proveedor de azúcar. Irish Sugar aduce que el objeto de dichas prácticas era garantizar que la empresa era capaz de cumplir sus compromisos con arreglo a la PAC tratando de reducir el comercio de sus propios productos, lo que estaba incrementando sus pérdidas y amenazando su viabilidad, y que este comercio sólo era posible porque existían diferencias de precios no creadas por la empresa en cuestión y agravadas por la estrategia de precios expansionista de los mayores fabricantes de azúcar de otros Estados miembros.

(132) Irish Sugar citaba asimismo la Decisión de la Comisión en el caso BPB Industries plc [92] en que la oferta de descuentos por parte de BPB Industries a los clientes situados en una zona geográfica determinada en la que tenían que hacer frente a la competencia de Lafarge UK Ltd no se consideró un abuso de su posición dominante, ya que los descuentos «suponían una pequeña reducción de los precios» (4-5,5 %) y «en sí mismos no eran agresivos ni formaban parte de un plan de ajuste sistemático».

(133) Cabe señalar, en primer lugar, que la aplicación de precios selectivos por parte de Irish Sugar y SDL fue mucho más allá de las prácticas efectuadas en los casos citados. En particular, por lo que respecta a los descuentos fronterizos, como se desprende de lo anterior, éstos se ofrecieron a una amplia gama de clientes en varios condados fronterizos y en diversos períodos. Los descuentos practicados fueron, como mínimo, superiores a 5,5 % [93]. Además, la aplicación de precios selectivos se inscribió en una estrategia sistemática de prevención de las importaciones a un mercado en el que ya gozaban de una posición dominante conjunta y restringiendo así aún más la limitada competencia existente en aquel momento. Por lo qe respecta a las ofertas efectuadas a los potenciales clientes de ASI, se intentó impedir el desarrollo de una pequeña empresa de importación de azúcar industrial y al detalle al mercado irlandés.

(134) No cabe duda de que una empresa que goza de una posición dominante tiene derecho a defenderla compitiendo con otras empresas en el mercado. Sin embago, la empresa dominante no deberá tratar de bloquear deliberadamente el efectivo al mercado de sus competidores. Esta empresa tiene la responsabilidad de no reducir aún más el grado de competencia existente en el mercado [94]. Las empresas que mantienen una posición fuerte, e incluso dominante, en un mercado geográfico, pueden ocupar una posición diferente en otros donde han de hacer frente a una empresa local dominante. El mantenimiento de un sistema de competencia efectiva exige que la competencia ejercida por empresas con un papel poco activo en el mercado geográfico donde prevalece el dominio —independientemente de su posición en otros mercados geográficos distintos a efectos de la evaluación de la posición dominante— quede protegida ante el comportamiento de la empresa dominante destinado a excluirlas del mercado no debido a una gran eficiencia o a un rendimiento superior, sino abusando de su poder de mercado. En la Decisión definitiva de la Comisión en el asunto ECS/AKZO [95], se consideró abusivo que una empresa con una cuota de mercado del 50 % o superior ofreciera de forma selectiva precios inferiores a clientes de un competidor de menor envergadura manteniendo al mismo tiempo precios más elevados para sus clientes tradicionales. Este principio fue confirmado por el Tribunal de Justicia. Durante el período en que intentó restringir las importaciones, Irish Sugar controlaba más del 90 % de los mercados del azúcar industrial y al detalle.

(135) La Comisión considera que todas las prácticas mencionadas, es decir, los descuentos fronterizos, las restricciones de transporte y el cambio de productos iban encaminadas a lograr un mismo objetivo: la protección de la posición de mercado de Irish Sugar en Irlanda. El efecto acumulado de dichas prácticas contribuyó al cierre del mercado a los competidores. Por lo tanto, se ha llegado a la conclusión de que al ejercer dichas prácticas Irish Sugar y SDL abusaron de su posición dominante conjunta.

II. Prácticas de precios discriminatorias frente a categorías concretas de consumidores

i) *Descuentos sobre el azúcar para exportación*

(136) Mediante la concesión de descuentos a determinados clientes, en función del destino final del azúcar, Irish Sugar está abusando de su posición dominante a través de la discriminación de los precios, es decir, aplicando condiciones distintas a transacciones equivalentes en el sentido de la letra c) del artículo 86 y, por lo tanto, situándolas en una posición de desventaja competitiva.

(137) En primer lugar, el sistema de descuentos a la exportación entraña una discriminación debido a que algunos «exportadores» no se benefician del régimen en la misma medida que los demás, o bien porque exportan únicamente un pequeño porcentaje de su producción, o bien porque Irish Sugar decide concederles un descuento relativamente bajo en comparación con el volumen de sus exportaciones. Mientras algunas empresas tienen que facilitar datos sobre sus exportaciones reales, a otras se les supone de entrada unos elevados porcentajes. Aunque Irish Sugar alegó que una de las razones fundamentales para la aplicación del sistema de descuentos a la exportación habían sido las fluctuaciones monetarias y las variaciones en los costes de los factores de producción para los exportadores, según han demostrado los hechos y la propia Irish Sugar admite, una vez acordada con una empresa la concesión de un determinado nivel de descuento, dicho descuento ha solido mantenerse invariable durante años a pesar de haberse producido variaciones en los tipos de cambio correspondientes y en otros costes de los factores de producción. Irish Sugar declaró en su respuesta al pliego de cargos que «revisaría» su sistema de descuentos a la exportación y, por ejemplo, comprobaría las denuncias debidas a dichos descuentos.

(138) Además, este sistema de descuentos es discriminatorio en sí mismo. El hecho de que el azúcar

industrial se transforme y exporte a otros Estados miembros no afecta al carácter de la transacción y no existen diferencias en la naturaleza del producto vendido o los costes de suministro a los que tiene que hacer frente Irish Sugar.

(139) Por otro lado, Irish Sugar ha aducido que a lo largo del período considerado se produjo un incremento del volumen de las importaciones de productos alimenticios manufacturados en Irlanda. En opinión de la empresa, ello se debió en parte «al desarrollo de nuevas alianzas comerciales en Irlanda... entre los grupos de compra del Reino Unido y los del sur de Irlanda, así como entre los grupos de compra de Europa continental y los irlandeses. Estos cambios comerciales trajeron consigo un incremento significativo de la competencia, así como unas condiciones comerciales y unos precios diferentes impuestos por las grandes empresas de productos alimenticios, grandes supermercados y grupos de compra del Reino Unido. Inicialmente estos cambios se introdujeron a través de Irlanda del Norte... pero en la actualidad afectan directamente a Irlanda» ([96]).

Así pues, los fabricantes de productos alimenticios irlandeses que abastecen el mercado nacional, incluidos, según ha admitido Irish Sugar, los envasadores de azúcar, han tenido que hacer frente a una competencia cada vez mayor y a un entorno comercial mucho más difícil. Además, en opinión de Irish Sugar, parece tratarse de una tendencia estable mientras que, por su propia naturaleza, los tipos de cambio fluctúan en ambas direcciones. Ahora bien, Irish Sugar ha optado reiteradamente por practicar precios discriminatorios con relación a los fabricantes de productos alimenticios nacionales.

(140) La Comisión no acepta el argumento de Irish Sugar según el cual los descuentos aplicados al azúcar para exportación no son discriminatorios puesto que los fabricantes que han decidido vender exclusivamente en el mercado nacional «no se encuentran en una situación de desventaja competitiva» ([97]) frente a los exportadores. Irish Sugar ha pasado por alto el hecho de que, en una economía en la que se efectúan exportaciones a otros Estados miembros y se reciben importaciones de éstos, los factores tales como las fluctuaciones monetarias afectan a todas las empresas que fabrican productos alimenticios, tanto si operan en el mercado nacional como si se dedican a la exportación. Un cliente «nacional» de Irish Sugar que compita con una empresa de otro Estado miembro en el mercado irlandés se encontrará en una siutación de desventaja desde el punto de vista de la competencia si se la compara con un cliente «exportador» que goce de una subvención y que compita con la misma empresa «extranjera» en el Estado miembro de origen de dicha empresa. Al centrarse en la relación entre sus clientes, Irish Sugar ha ignorado el hecho de que éstos podían encontrarse en una siutación de desventaja competitiva con respecto a terceros.

(141) En segundo lugar, Irish Sugar no ha tenido en cuenta que los descuentos a la exportación provocan un cruce de subvenciones del azúcar destinado al mercado irlandés. Como ya se ha señalado anteriormente, el régimen de descuentos al azúcar para exportación se aplica frecuentemente a las compras totales de azúcar sin establecer ningún tipo de control sobre cuál es el volumen de azúcar procesado destinado a la exportación. Aunque el sistema fuese sometido al control adecuado, se seguirían produciendo subvenciones cruzadas. Ello se debe a que, desde el punto de vista del cliente, las compras efectuadas son idénticas (vayan a destinarse finalmente al mercado nacional o a la exportación). En la contabilidad interna de la empresa, los descuentos obtenidos se distribuyen por igual entre todas las compras a fin de obtener el coste medio del azúcar. Este precio de coste de las materias primas se utiliza en todas las fases del procesado.

(142) En United Brands/Comisión ([98]), el Tribunal de Justicia dio una definición aún más amplia del concepto de desventaja competitiva, cuando consideró que, con respecto a los plátanos verdes, United Brands había practicado precios discriminatorios entre los distribuidores/maduradores que operaban en los distintos Estados miembros «en función de las circunstancias existentes en cada Estado miembro», y habían colocado a algunos de estos distribuidores/maduradores en una situación de desventaja competitiva «ya que en comparación con la que debería haber existido, la competencia se había falseado». Así pues, el Tribunal condenó la discriminación geográfica de precios practicada por United Brands a pesar de la existencia de condiciones de mercado distintas en los diferentes Estados miembros en los que operaban estos compradores.

(143) El sistema de descuentos a la exportación tiene el efecto adicional de colocar a los envasadores de azúcar en una situación de desigualdad frente a Irish Sugar a nivel de reventa y, así, se dan algunos de los elementos de disparidad vertical que existían entre los distribuidores/maduradores y UBC en la Decisión 76/353/CEE de la Comisión en el asunto Chiquita ([99]). De nuevo en este caso, al comparar a sus clientes entre sí, Irish Sugar ha ignorado sus relaciones de competencia con terceros, incluida la propia Irish Sugar.

(144) Además, la naturaleza discriminatoria del régimen de descuentos a la exportación se ve acentuada por el hecho de que no se ajusta a los objetivos del régimen común del azúcar. Como señaló la propia Irish Sugar, el régimen del azúcar otorga a Irlanda un trato de zona deficitaria, por lo que el precio de intervención para el azúcar es más alto a fin de fomentar las importaciones de este producto. Sin embargo, los descuentos a la exportación practicados por la empresa pueden falsear el régimen, subvencionando las exportaciones de azúcar de Irlanda a otros Estados miembros, actuando como barrera a las importaciones, e incrementado el aislamiento del mercado nacional.

ii) *Discriminación activa frente a los envasadores de azúcar competidores*

Precio del azúcar industrial

(145) Si bien el sistema de descuentos a la importación aplicado por Irish Sugar podía no tener forzosamente como objetivo principal la discriminación de los envasadores de azúcar competidores, el sistema de descuentos adicionales revela una estrategia más activa en su perjuicio. Irish Sugar no sólo está aplicando condiciones distintas a transacciones equivalentes, sino que, además, se muestra incapaz de alegar razones que no parezcan un intento de justificar *a posteriori* su discriminación frente a los envasadores de azúcar. Las explicaciones dadas por Irish Sugar para justificar la concesión de descuentos a empresas primerizas y para el desarrollo rápido, podrían aplicarse asimismo a dos envasadores de azúcar, como mínimo.

(146) Irish Sugar ha alegado que el no ofrecer descuentos a los envasadores de azúcar competidores no constituía un abuso debido a que «los envasadores no pueden estar en una situación de desventaja frente a otros clientes industriales porque no compiten con ellos» ([100]). De esta forma, se ignora la sentencia del Tribunal en el asunto United Brands/Comisión ([101]), de acuerdo con el cual, a la hora de evaluar si ha existido discriminación hay que tener en cuenta la interacción de la oferta y la demanda entre el proveedor y el comprador inicial, y no en el mercado en que opera el comprador. Los envasadores de azúcar compraban exactamente el mismo producto, azúcar industrial y granel de Irish Sugar, como los demás clientes y en las mismas condiciones de venta y entrega.

(147) Además, en la Decisión de la Comisión en el caso Napier Brown/British Sugar ([102]), se consideró que British Sugar, al negarse a suministrar exclusivamente azúcar de remolacha a Napier Brown, producto por la cual esta última podía lograr un descuento por almacenamiento de la Comunidad, logrando así una reducción efectiva del precio de coste, había discriminado a dicha empresa con respecto a otros clientes (no envasadores de azúcar) que tenían garantizado el suministro de este tipo de azúcar. La Comisión consideró que al negar el suministro de azúcar de remolacha a Napier Brown (incrementando en consecuencia el precio relativo del azúcar) mientras sí se abastecía a los no envasadores, British Sugar había aplicado «condiciones discriminatorias a transacciones equivalentes situándolas en una situación de desventaja desde el punto de vista competitivo».

(148) En cambio, llevada hasta sus últimas consecuencias, la opinión de que los envasadores de azúcar competidores no tienen que hacer frente a una situación de desventaja competitiva implicaría que los proveedores que gozan de una posición dominante estarían autorizados a tomar decisiones unilaterales sobre las condiciones de competencia y los mercados de productos de referencia en que operan sus clientes, incluida la determinación de la sustituibilidad de los diferentes productos fabricados por dichos clientes, así como la división de estos clientes en distintas categorías de precios. Probablemente, los precios fijados para una de las categorías determinadas arbitrariamente no hubieran tenido que guardar relación, en términos de volumen de ventas o costes de entrega, con los precios de otras categorías.

(149) En su calidad de empresa que ocupa una posición dominante, independientemente de las razones que le hayan llevado a encontrarse en tal situación, Irish Sugar no debería «obstaculizar el incremento del grado de competencia aún existente en un mercado en el que, como consecuencia de su propia presencia, dicha competencia se ha visto debilitada» [Hoffmann-La Roche/Comisión, tal como se cita en Tetrapack ([103])]. Su sistema de descuentos refleja un claro abuso de posición dominante.

(150) Además, aunque las empresas dominantes no estén legalmente obligadas a fijar precios únicos o a publicar las condiciones que ofrecen, puede considerarse un abuso de posición dominante la absoluta falta de transparencia del sistema de descuentos de Irish Sugar, incluidos los aplicados a la exportación, en el que ni la magnitud de los descuentos ni los volúmenes con los que se corresponden son uniformes, ni se comunican por escrito a los clientes. En el asunto Michelin, la Comisión se opuso por considerarlo discriminatorio al carácter específico, carente de objetividad (es decir, no susceptible de comparación por parte de los clientes) y verbal del sistema de descuentos practicado por la empresa. Además, el abogado general concluyó que el establecimiento de un sistema de primas y descuentos fijado de forma individual y, por lo tanto, no comunicado uniformemente a todos los clientes con antelación constituía una infracción al artículo 86 ([104]). La falta de transparencia y la variabilidad del sistema de descuentos aplicado por Irish Sugar brinda una fácil oportunidad de restringir aún más la competencia, ya bastante limitada, en el mercado irlandés del azúcar industrial.

Descuentos por objetivos y precios selectivos

(151) Durante la primavera de 1994, Irish Sugar ofreció a los principales mayoristas de productos alimenticios de Irlanda descuentos basados en el logro de cierto incremento en las compras de sus paquetes de 1 kg de la marca Siucra a lo largo de un período de tres meses. El período de referencia utilizado para calcular el incremento fue abril-septiembre de 1993. En octubre de 1994, se ofreció a los mayoristas un descuento por objetivos

aún mayor sobre la marca Siucra, basándose en el mismo período de referencia. A principios de diciembre de 1994, Irish Sugar propuso a [. . .], la principal cadena minorista, un descuento por objetivo o «incentivo» para lograr un incremento de sus adquisiciones de paquetes de azúcar de 1 kg Siucra en 1995, en un momento en el que Irish Sugar estaba compitiendo con Burcom para suministrar paquetes de 1 kg con su propia marca a [. . .]. El hecho de que a mediados de diciembre Burcom dejara de operar, no atenúa el hecho de que en el momento en que el descuento se concibió y acordó, Irish Sugar estuviera compitiendo con Burcom por las operaciones con [. . .] y que el descuento fuera a tener probablemente por efecto la vinculación de [. . .] a Irish Sugar. En 1995, Irish Sugar ofreció un descuento por objetivos al grupo [. . .], cliente importante de Gem Pack, también por un período de un año. No existen pruebas de que desde entonces Irish Sugar haya abandonado la práctica consistente en ofrecer descuentos por objetivos.

(152) La concesión por parte de una empresa que ocupa una posición dominante de descuentos condicionados al logro por otra empresa de una serie de objetivos de compra por un importe superior al de previas adquisiciones constituye una infracción al artículo 86, debido a que esta práctica está claramente destinada a vincular estrechamente a los clientes a la empresa dominante y a dificultar la entrada de los competidores en el mercado. Según determinó el Tribunal de Justicia Michelin/Comisión([105]), el efecto de esta práctica se ve reforzado si existe una gran diferencia entre la cuota de mercado de la empresa dominante y la de sus competidores. Además, dado que en el verano de 1993 cinco competidores nacionales habían lanzado nuevas marcas al por menor (es decir, después de que comenzara el período de referencia para las promociones de 1994 destinadas a los mayoristas), los descuentos por volumen concedidos por Irish Sugar durante la primavera de 1994 y en octubre de 1994, basados en las compras efectuadas durante el verano anterior, debían haber estado muy próximos a las necesidades totales de los clientes por lo que respecta al azúcar al detalle. Antes de mediados de 1993, los restantes envasadores de azúcar en el mercado al detalle representaban aproximadamente el inferior 10 % de las ventas. La propia Irish Sugar observó que los clientes mayoristas habían almacenado azúcar Siucra en paquetes de un 1 kg durante la promoción de la primavera de 1994, reduciendo por lo tanto sus compras de azúcar en paquetes de 1 kg. Este acopio debió afectar negativamente a las compras de los envasadores competidores.

(153) El hecho de que la concesión de los descuentos dependiera del logro de una serie de objetivos en materia de volumen no los convertía en descuentos por volumen, que normalmente son incuestionables. Los descuentos por volumen se conceden generalmente por pedidos individuales (es decir independientemente de las adquisiciones de los clientes durante un período de tiempo) y en respuesta a los ahorros en los costes logrados por el proveedor. No era éste el caso de los descuentos de Irish Sugar, concedidos a determinados clientes en función del logro de ciertos objetivos semanales, mensuales y anuales. Estos descuentos por objetivo constituyen un comportamiento abusivo por parte de una empresa dominante en el sentido del artículo 86.

(154) Los descuentos por objetivos supusieron asimismo una discriminación de precios entre los diversos clientes puesto que supeditaron las tarifas al crecimiento porcentual de las compras y no al volumen absoluto de adquisiciones. La magnitud del descuento por objetivos variaba asimismo entre los distintos clientes. Las ofertas basadas en objetivos ofrecidas a clientes concretos de los envasadores de azúcar competidores, tales como [. . .] y el [. . .], suponían también la aplicación de precios selectivos y discriminatorios. Como se afirma en la sentencia de 9 de noviembre de 1983 en el asunto Michelin/Comisión([106]), una empresa que ocupa una posición dominante tiene la responsabilidad específica de no restringir aún más la competencia residual en el mercado. Al proponer a los clientes de otros competidores mucho menos importantes precios que en general estos últimos no podían ofrecer, Irish Sugar estaba infringiendo este requisito. Los descuentos por objetivos ofrecidos a todos los mayoristas en 1994 y a clientes específicos de las empresas envasadoras de azúcar competidoras en 1994 y 1995, se inscribían en una política de restricción del crecimiento de la competencia de los envasadores de azúcar nacionales.

D. *Efecto sobre el comercio entre Estados miembros*

(155) En el asunto Société Technique Minière/Maschinenbau Ulm, el Tribunal de Justicia declaró que el comportamiento anticompetitivo afecta al comercio entre Estados miembros siempre que «permita prever con un grado de probabilidad suficiente, basándose en elementos objetivos de hecho o de derecho, que puede ejercer una influencia directa o indirecta, real o potencial en el flujo de los intercambios entre Estados miembros que haga temer que pueda obstaculizar la consecución de un mercado único entre todos los Estados miembros»([107]).

(156) A este respecto, cabe señalar que los abusos ejercidos por Irish Sugar y/o SDL a fin de proteger el mercado nacional de las importaciones tuvieron como objeto y efecto la protección de la posición del único productor de azúcar de Irlanda frente al azúcar importado o reimportado procedente de Irlanda del Norte y Francia. En particular, la presión ejercida sobre la compañía de transporte marítimo B & I, el descuento de fidelidad concedido a ADM y el cambio del azúcar de la marca Eurolux por el de la marca Siucra afectaron al volumen de las importaciones procedentes de Francia, y el descuento fronterizo repercutió en la re-importación de azúcar de Irlanda del Norte. Así pues, la Comisión ha llegado a la conclusión de

que estos abusos de posición dominante afectaron a los intercambios comunitarios entre Estados miembros en el sentido del artículo 86.

(157) La práctica de Irish Sugar consistente en otorgar descuentos por el azúcar exportado a otros Estados miembros en forma de producto ya elaborado puede falsear los intercambios tanto por lo que respecta al azúcar industrial como a los productos alimenticios elaborados que contienen una importante proporción de azúcar y, por lo tanto, afectar el comercio entre Estados miembros.

(158) El esfuerzo realizado por Irish Sugar para restringir la competencia de los envasadores de azúcar competidores ha afectado asimismo a los intercambios entre Estados miembros. De los envasadores de azúcar que empezaron a competir con Irish Sugar a mediados de 1993 sólo uno (ASI) utilizaba azúcar importado, otro (Burcom) utilizaba tanto azúcar importado como azúcar de Irish Sugar y los demás recurrían exclusivamente el azúcar de la empresa irlandesa. Así pues, los repetidos esfuerzos de Irish Sugar por obstaculizar el incremento de la competencia en el mercado al detalle irlandés, que tenían como intención (como en el caso Napier/British Sugar) o como resultado previsible la supresión de los competidores del mercado, tienen un efecto potencial sobre la estructura de la competencia y el comercio dentro del mercado común y, por lo tanto, sobre el comercio entre Estados miembros en el sentido del artículo 86.

E. *Restricción apreciable de la competencia*

(159) Irish Sugar es el único procesador de azúcar de Irlanda y, a lo largo de todo el período considerado, controló, como mínimo, el 90 % del mercado de azúcar industrial y el 88 % del azúcar al detalle en el país. En dicho período, los precios en ambos mercados se situaron entre los más elevados de la Comunidad. Las prácticas ejercidas por Irish Sugar y SDL a fin de restringir la competencia provocada por las importaciones de azúcar industrial y al detalle, así como la política de Irish Sugar de subvencionar las exportaciones de azúcar procesado de Irlanda y de restringir la competencia de los envasadores de azúcar nacionales provocaron una restricción apreciable de la competencia que ha afectado al comercio entre Estados miembros.

ARTÍCULO 3 DEL REGLAMENTO Nº 17

(160) Con arreglo al artículo 3 del Reglamento nº 17, cuando la Comisión compruebe, por propia iniciativa o a instancia de una parte, que se ha producido una infracción de las disposiciones del artículo 85 o del artículo 86 del Tratado, podrá obligar, mediante decisión, a las empresas o asociaciones de empresas interesadas a poner fin a la infracción comprobada.

(161) Por lo que respecta a las medidas adoptadas entre 1985 y 1990 para restringir las importaciones de azúcar procedentes de otros Estados miembros, la Comisión no tiene constancia de que dichas prácticas hayan continuado ejerciéndose. En cuanto a la aplicación de precios discriminatorios al azúcar industrial, ya sea mediante la subvención de las exportaciones o mediante la discriminación de los envasadores de azúcar competidores, así como a la política de asignación de precios selectivos, incluidos los descuentos por objetivos, a los clientes de los envasadores de azúcar al detalle competidores, hay pruebas de que se siguen practicando en la actualidad. Así pues, la Comisión considera necesario exigir a Irish Sugar que ponga fin a la infracción, si aún no ha procedido a ello, y que de ahora en adelante se abstenga de celebrar cualquier acuerdo o de adoptar un comportamiento que pueda tener un objeto o efecto idéntico o similar.

(162) Asimismo, se considera necesario exigir a Irish Sugar que envíe regularmente a la Comisión información detallada sobre los precios que aplica a sus clientes de azúcar industrial y al detalle, así como sobre las cantidades de azúcar vendidas a dichos clientes, a fin de controlar si la empresa se atiene a lo dispuesto por la presente Decisión. La exigencia de que Irish Sugar se abstenga de llevar a cabo una fijación de precios discriminatoria o selectiva no estará sujeta a ningún plazo; por el contrario, se considera adecuado limitar a tres años la obligación de Irish Sugar de presentar información pormenorizada.

ARTÍCULO 15 DEL REGLAMENTO Nº 17

(163) En virtud del artículo 15 del Reglamento nº 17, las infracciones de lo dispuesto en el artículo 86 podrán sancionarse con multas que podrán alcanzar hasta 1 millón de ecus o el 10 % del volumen de negocios de la empresa durante el ejercicio económico precedente. Habrá que tomar en consideración tanto la duración como la gravedad de la infracción.

(164) Con arreglo a lo dispuesto en la letra b) del apartado 1 del artículo 1 del Reglamento (CEE) nº 2988/74 del Consejo ([108]), relativo a la prescripción en materia de actuaciones y de ejecución en los ámbitos del derecho de transportes y de la competencia de la Comunidad Económica Europea, el poder de la Comisión de imponer multas o sanciones por infracciones de las disposiciones del artículo 86 está sujeto a un plazo de prescripción de cinco años. El apartado 2 del mismo artículo establece que la prescripción empezará a contar a partir del día en que se haya cometido la infracción. El apartado 1 del artículo 2 de dicho Reglamento establece que cualquier acto de la Comisión encaminado a la instrucción o la actuación contra la infracción interrumpirá la prescripción en materia de actuaciones. Los actos que interrumpirán el curso de la prescripción serán, entre otros, las investigaciones llevadas a cabo con arreglo al artículo 14 del Reglamento nº 17. El apartado 3 del artículo 2 del Reglamento establece que la prescripción se contará de nuevo a partir de cada interrupción.

(165) Los días 25 y 26 de septiembre de 1990, funcionarios de la Comisión efectuaron una inspección en la sede de Irish Sugar en Dublín. La inspección de las oficinas de SDL, situadas asimismo en Dublín, se llevó a cabo los días 7 y 8 de febrero de 1991 y la de las oficinas de McKinney en Belfast el 13 de febrero del mismo mes. El 16 de enero de 1995, la Comisión inspeccionó las oficinas de Greencore en Dublín y de Irish Sugar en Carlow.

(166) En vista de todo lo anterior, habrá que determinar cuáles son las acciones específicas de Irish Sugar y SDL que pueden ser objeto de multa. Concretamente, la restricción del transporte no puede sancionarse. La acción específica debió de llevarse a cabo alrededor de julio o agosto de 1985.

(167) Las demás prácticas abusivas de Irish Sugar y SDL, es decir, el cambio de productos y los descuentos de fidelidad, los descuentos fronterizos, los descuentos a la exportación, la discriminación de precios frente a los envasadores de azúcar competidores, los descuentos por objetivos y la fijación de precios selectivos no prescriben a efectos de la imposición de multas. Mediante dichas prácticas, Irish Sugar trató de mantener o reforzar su posición dominante y, en el período anterior a febrero de 1990, Irish Sugar y SDL intentaron, con su actuación, mantener una posición dominante conjunta. Por otro lado, las normas comunitarias sobre competencia han sido lo suficientemente explicadas a través de anteriores decisiones de la Comisión y de anteriores sentencias del Tribunal de Justicia y del Tribunal de Primera Instancia, o han quedado lo suficientemente claras a la luz de las disposiciones del Tratado en los ámbitos en que se cometieron dichos abusos, como para que Irish Sugar y SDL fueran plenamente conscientes de la ilegalidad de sus actos. Así pues, la Comisión considera que, de forma intencionada o por negligencia, Irish Sugar ha abusado de su posición dominante y que, antes de febrero de 1990, Irish Sugar y SDL abusaron asimismo de su posición dominante conjunta. Por lo tanto, la Comisión tiene previsto imponer una multa a Irish Sugar por sus propias infracciones y, en su caso, como sucesora de la empresa, por las infracciones de SDL anteriores a febrero de 1990.

A la hora de fijar el importe de la multa, la Comisión tendrá en cuenta principalmente los factores que se exponen a continuación.

Gravedad de la infracción

— Todas las prácticas mencionadas constituyen abusos graves tendentes a lograr un mismo objetivo: perjudicar gravemente o incluso eliminar cualquier forma de competencia, provenga ésta de las importaciones de azúcar de otros Estados miembros o de las reimportaciones del propio azúcar o del azúcar envasado por competidores. Sin embargo la Comisión, basándose en las pruebas documentales incluidas en el expediente en su posición, acepta que el cambio de productos sólo afectó a pequeñas cantidades.

— El azúcar constituye un ingrediente esencial en la industria de fabricación de alimentos y se utiliza frecuentemente al por menor, prácticamente en todos los hogares. Así pues, los efectos del comportamiento anticompetitivo mencionado tienen una amplia proyección.

— Irish Sugar es el proveedor dominante de azúcar en Irlanda y ha protegido vigorosamente su «mercado nacional» de cualquier tipo de competencia provocada por las importaciones. Además, ha practicado una discriminación de precios que ha tenido por efecto la subvención de las exportaciones de azúcar a otros Estados miembros y el falseamiento de la competencia en el mercado común. Asimismo, ha intentado protegerse de la competencia de los envasadores de azúcar competidores sin pararse a considerar si estaban utilizando azúcar importado o el propio azúcar industrial de Irish Sugar.

— Mediante todas estas infracciones, Irish Sugar ha conseguido mantener el precio del azúcar al detalle en Irlanda a un nivel notablemente superior al de otros Estados miembros y, en particular, al de Irlanda del Norte, y ha conseguido situar sus precios ex fábrica, en particular por lo que respecta al azúcar para el consumo «nacional», entre los más altos de la Comunidad, en detrimento de los consumidores industriales y finales irlandeses.

Duración de la infracción

— El cambio de productos y los descuentos por fidelidad tuvieron lugar en 1988, cuando Irish Sugar y SDL estaban abusando de su posición dominante tratando de restringir las importaciones de azúcar procedentes de Francia.

— Los descuentos fronterizos se llevaron a cabo en períodos concretos entre 1986 y 1988, cuando Irish Sugar y SDL estaban abusando de su posición dominante conjunta tratando de restringir las importaciones de azúcar procedentes de Irlanda del Norte.

— La discriminación de precios frente a envasadores de azúcar competidores ha venido produciéndose desde mediados de 1993, período en el que varias empresas empezaron a competir con Irish Sugar en el mercado minorista. Los descuentos por objetivos y la fijación de precios selectivos se inscriben asimismo en la política de restricción de la competencia de otros envasadores de azúcar y han venido produciéndose en momentos concretos desde 1993.

— Los descuentos a la exportación de azúcar vienen produciéndose desde antes de 1985 y Irish Sugar ha afirmado que el sistema se estableció en los años setenta.

Infracción de las normas de competencia de forma intencionada o por negligencia

— Los abusos mencionados constituyen graves infracciones a las normas de competencia de la Comunidad. Algunos han sido considerados abusos de una posición dominante por el Tribunal de Justicia. Irish Sugar y SDL deberían haber sido conscientes de la ilegalidad de sus actos.

— En septiembre de 1992, la empresa matriz de Irish Sugar, Greencore, publicó un Manual para el cumplimiento de la legislación de competencia destinado a sus empleados en el que se explicaba la posible ilegalidad de determinadas prácticas tales como la fijación de precios discriminatorios o el pago de descuentos de fidelidad «o similares» por parte de una empresa dominante. A pesar de la existencia del Manual, los empleados de Greencore han mantenido o aplicado después de septiembre de 1992 descuentos a la exportación de azúcar, precios discriminatorios frente a los envasadores de azúcar competidores, precios selectivos y descuentos por objetivos.

Datos comerciales importantes

— En el ejercicio que finalizó el 27 de septiembre de 1996, Irish Sugar registró un volumen de negocios de 134,7 millones de libras irlandesas (29 % del volumen de negocios agregado de Greencore) y unos beneficios de explotación de 27,2 millones de libras irlandesas, (56 % de los beneficios de explotación agregados de Greencore). Aproximadamente el 80 % de las ventas de Irish Sugar se efectúan en Irlanda,

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

Artículo 1

Irish Sugar Plc ha infringido el artículo 86 del Tratado CE al haber recurrido, como parte de una estrategia duradera y global de protección de su posición dominante en el mercado del azúcar en Irlanda, a métodos diferentes de aquellos que configuran la competencia normal por lo que respecta a los productos y servicios basados en el rendimiento comercial, y que han tenido por efecto la obstaculización del mantenimiento del grado de competencia existente aún en el mercado o la del crecimiento de la competencia. A tal efecto, Irish Sugar (y/o Sugar Distributors Limited en el período anterior a febrero de 1990), incurrieron en las prácticas abusivas en el mercado irlandés del azúcar granulado al detalle e industrial en Irlanda que se describen a continuación:

1) En el período comprendido entre 1986 y 1988, concesión de un descuento especial a determinados minoristas establecidos en la zona fronteriza con Irlanda del Norte (descuento fronterizo) e imposición selectiva de precios inferiores a algunos clientes de un importador de azúcar francés;

2) en 1988, acuerdo con un mayorista y un minorista para cambiar el azúcar al detalle competidor, es decir, los paquetes de azúcar de 1 kg «Eurolux» de la Compagnie française de sucrerie, por el suyo propio;

3) en 1988, aplicación de un descuento de fidelidad a los clientes potenciales, es decir, un descuento supeditado a la adquisición a Irish Sugar, por parte de los clientes, de la totalidad o de gran parte del azúcar al detalle necesario;

4) hasta 1985 (como mínimo), aplicación de un sistema de «descuentos a la exportación de azúcar», es decir, concesión de descuentos sobre el azúcar exportado en forma elaborada a otros Estados miembros, que discriminaba a los clientes de azúcar industrial que abastecían el mercado nacional irlandés;

5) a partir de 1993, aplicación de una discriminación de precios frente a los envasadores de azúcar competidores que compraban o compran el azúcar industrial a Irish Sugar;

6) a partir de 1993, aplicación de una estrategia que afecta negativamente a la posición competitiva de otros envasadores de azúcar irlandeses en el mercado del azúcar al detalle, en particular:

   i) mediante la concesión de descuentos a grupos mayoristas en Irlanda durante períodos concretos del año 1994 que se supeditaban al incremento de sus compras a Irish Sugar de azúcar al detalle y que tenían por efecto su vinculación a la empresa en detrimento de los envasadores de azúcar competidores;

   ii) mediante la concesión de descuentos selectivos a determinados clientes de los envasadores de azúcar competidores durante el mes de diciembre de 1994 y febrero de 1995, que se supeditaban al incremento de sus compras de azúcar al detalle a Irish Sugar.

Artículo 2

Por las infracciones descritas en el artículo 1, se impone a Irish Sugar Plc una multa de 8 800 000 ecus.

Dicha multa deberá abonarse en ecus en el plazo de tres meses a partir de la notificación de la presente Decisión en la cuenta bancaria nº 310-0933000-43 de la Comisión de las Comunidades Europeas, Banque Bruxelles Lambert, Agence Européenne, Rond Point Schuman 5, B-1040 Bruxelles. Una vez transcurrido este plazo, el importe de la multa comenzará a devengar intereses a los que se aplicará automáticamente el tipo fijado por el Instituto Monetario Europeo para las transacciones en ecus el primer día hábil del mes en que se adopte la presente Decisión, más 3,5 puntos porcentuales, es decir 7,5 %.

Artículo 3

En la medida en que no lo haya hecho todavía, Irish Sugar Plc deberá poner fin inmediatamente a las infracciones contempladas en los puntos 4 a 6 del artículo 1.

Irish Sugar se abstendrá de repetir cualquier acción o conducta contemplada en los puntos 4 a 6 del artículo 1 y de adoptar cualquier medida de efecto equivalente.

En particular, Irish Sugar se abstendrá de aplicar condiciones distintas a transacciones equivalentes con respecto a sus compradores de azúcar industrial, tales como descuentos a la exportación y otros descuentos que, al no ser porporcionales a la cantidad de azúcar suministrada o a los costes de la operación, discriminen a los envasadores de azúcar competidores. Irish Sugar informará por escrito a sus clientes en el plazo de tres meses a partir de la fecha de notificación de la presente Decisión.

Irish Sugar se abstendrá asimismo de establecer una política de precios para el azúcar al detalle que afecte de forma negativa a la posición competitiva de otros envasadores de azúcar, incluida la aplicación de precios selectivos a los clientes de los envasadores competidores y la concesión de descuentos por objetivos a los clientes de azúcar al detalle. En el plazo de tres meses a partir de la fecha de notificación de la presente Decisión, Irish Sugar informará por escrito a los clientes que se beneficien o se hayan beneficiado de descuentos supeditados al logro de determinados volúmenes o incrementos en los volúmenes de compras a Irish Sugar, de su desaparición.

Artículo 4

Irish Sugar Plc deberá facilitar a la Comisión, durante un período de tres años a partir de la fecha de notificación de la presente Decisión, dentro de los tres meses siguientes al final de cada año natural, la lista de precios aplicados durante el año anterior, incluidos todos los descuentos y rebajas, así como información pormenorizada sobre los volúmenes de azúcar adquiridos por cada cliente durante el año en cuestión.

Artículo 5

Se impondrá a Irish Sugar Plc una multa coercitiva de 1 000 ecus por cada día de demora en el cumplimiento de las exigencias establecidas en los artículos 3 y 4, tras la expiración del plazo de tres meses fijado para su ejecución.

Artículo 6

El destinatario de la presente Decisión será Irish Sugar Plc, Athy Road, Carlow, Irlanda.

La presente Decisión será título ejecutivo en virtud de lo dispuesto en el artículo 192 del Tratado.

Hecho en Bruselas, el 14 de mayo de 1997.

Por la Comisión
Karel VAN MIERT
Miembro de la Comisión

NOTAS

(1) DO 13 de 21. 2. 1962, p. 204/62.

(2) DO 127 de 20. 8. 1963, p. 2268/63.

(3) Reglamento (CEE) nº 793/72 del Consejo (DO L 94 de 21. 4. 1972), y el Reglamento (CEE) nº 2103/77 de la Comisión (DO L 246 de 27. 9. 1977, p. 12).

(4) Para más detalles sobre los tres distintos tipos de azúcar véanse los puntos 2.62 a 2.73 del informe de la «UK Monopolies and Mergers Commission» («MMC») sobre «las concentraciones existentes y propuestas entre Tate & Lyle plc o Ferruzzi Finanziaria SpA y S & W Berisford» (HMSO Cmd 89, de febrero de 1987) y los puntos 4.30 a 4.32 del informe del MMC «Tate & Lyle plc and British Sugar plc» (HMSO Cmd 1435, de febrero de 1991).

(5) Reglamento (CEE) nº 1785/81 del Consejo (DO L 177 de 1. 7. 1981, p. 1), y normativa posterior derivada del mismo.

(6) Reglamento (CE) nº 1101/95 del Consejo (DO L 110 de 17. 5. 1995, p. 1).

(7) Véase nota 4.

(8) Basándose en las compras de azúcar en su estado natural (ya sea para consumo directo o para su procesamiento industrial), según se refleja en el cuadro 1, el consumo irlandés per cápita en 1994-1995 fue de 0,044 toneladas en comparación con la media para la Europa de los 12 de 0,035 toneladas. Si se tienen en cuenta las importaciones y exportaciones de azúcar procesado, el consumo nacional total irlandés per cápita en 1994-1995 fue de 0,039 por 0,034 toneladas correspondientes a la media para la Europa de los 12 (*Fuente:* estadísticas provisionales de la campaña 1994/1995).

(9) *Fuente: Datos sobre Irlanda.* Publicación del Gobierno irlandés, 1995.

(10) En el texto de la presente Decisión destinado a la publicación, ciertas informaciones fueron omitidas conforme a las disposiciones del artículo 21 del Reglamento nº 17 relativo a la no divulgación de asuntos secretos.

(11) El coste del transporte desde Francia del azúcar en sacos se incrementó desde aproximadamente 30 libras irlandesas a 45 libras irlandesas por tonelada entre 1985 y 1994. Los costes de transporte de la importación de azúcar a granel hubieran sido por término medio superiores en 40-50 libras irlandesas por tonelada durante dicho período. Hasta 1990, la diferencia media entre el precio de apoyo efectivo en Francia y el precio de mercado en Irlanda era de 50 libras irlandesas, por lo que era comercialmente rentable importar azúcar en sacos pero no azúcar a granel.

(12) Como consecuencia de la utilización de silos por parte de los usuarios industriales, el mercado de azúcar en sacos ha disminuido de 30 000 toneladas a comienzos de 1980 a menos de 7 000 toneladas en la actualidad.

(13) Por ejemplo véase la referencia a la «ventaja del renombre de los productos Siucra» en el considerando 57.

(14) *Fuente:* Programa de empresa del grupo Greencore 1993/1994-1997/1998, de junio de 1994. En el anexo 4 al pliego de cargos de 25 de marzo de 1996.

(15) *Fuente:* Programa de empresa del grupo Greencore, junio de 1994. En el anexo 4 al pliego de cargos de 2 de marzo de 1996.

(16) Respuesta de Irish Sugar de 1 de septiembre de 1993 al pliego de cargos inicial, punto 12.

(17) Según se recoge en las actas de la reunión del Consejo de administración de SDL celebrada el 1 de julio de 1982. En el anexo 3 al pliego de cargos de 25 de marzo de 1996.

(18) Señores Gray, Comerford, Garavan, Hogan, Keleghan, Lyons y Tully.

(19) Véase, por ejemplo, las actas de las reuniones del comité de dirección de McKinney de los días 29 de abril de 1987, 15 de enero de 1987, 16 de marzo de 1987 y 14 de diciembre de 1987.

(20) En su respuesta al pliego de cargos de 12 de julio de 1996, apartado 3.3.4.

(21) [. . .].

(22) Véase más adelante, punto 71.

(23) En el anexo 4 al pliego de cargos de 25 de marzo de 1996.

(24) «Present situation in home retail market . . . In relation to packet sugar being produced by Round Tower, it was noted that a gap of approximately £ [. . .] per tonne existed between their average selling price and the price of "Siucra" [Irish Sugar] product. On this problem it was agreed that CSET [Irish Sugar] should ensure that Round Tower were not enjoying advantageous arrangements with their supplier or shipper. . .».

(25) «17 July 1985 — Chris Comerford [Managing Director of Irish Sugar] — Brendan Byrd [representing B & I] — B & I will not be handling any French sugar from Monday 22 July. Last years tonnage 228 x 20 = 4 560 — Year to date 91 x 20 =1 820 — 1 420 to April . . . Charles Lyons gave promise to Brendan Byrd that Tanktrans [a subsidiary of Irish Sugar] would put extra business in B & I. . .».
«1 August 1985 — B & I advised P. C. [Peter Cunningham of ASI] that CSET [Irish Sugar] applied pressure to them not to deliver to PC — Crude and Deceitful attempt to put pressure on PC prior to discussions. PC had meeting with Alex Spain [director of B & I].».

(26) «. . .We have established that it would cost approx. £ [. . .] to bring all customers to a maximum of [. . .] per tonne. (. . .) I do not envisage dropping prices to all customers, thereby involving the heavy cost referred to above, however, where we meet up with new low prices we must respond carefully and ensure that we hold customers at all levels no matter how small. This I am aware is a slightly risky step, as we may have some very small users enjoying terms equal to or better than some bigger ones. I feel this is a risk we must take however. In the meantime we have initiated increased vigilance at Industrial Customers level with a view to establishing the extent of any increased activity by ASI.».

(27) ASI suministraba también a Shamrock Foods Limited azúcar dorado granulado, un azúcar especial.

(28) «. . .With regard to the retail market, Mr Keleghan advised the board that as he had forecast at the March meeting, ASI did launch a retail pack on the market. While they had so far been unsuccessful in their launch, it was his belief that they would succeed in getting some small quantities of sugar into some independent retail shops. . .
Mr Comerford [Managing Director of Irish Sugar] stated that the sugar industry has never before faced a challenge such as we were now facing. If we did not succeed in meeting this challenge, then the future of the sugar industry in Ireland would be very bleak indeed. He was quite pleased with the response so far to the challenge but was concerned about the cost to both [Irish Sugar] and [SDL] which would be very high. . .».

(29) «At the said meeting Mr Keleghan informed Mr Lane that if the quantity of sugar purchased from the defendant (about [. . .] tonnes per annum) was reduced then the defendant [SDL] would "bonus back" their sugar. In effect this meant that ADM could not sell or compete and they lost their bonus from the defendant. Mr Lane informed Mr Keleghan that he had a large quantity of the first delivery of Eurolux Granulated Sugar in his warehouse unsold. Mr Keleghan offered to buy this sugar to sell to manufacturing industry and he agreed to allow the amount he received for it as a credit in ADM's account. (. . .) The amount of Eurolux sugar purchased by the defendant was 21.01 metric tonnes.».

(30) «I say that in reply to my question as to why more sugar was not ordered, Mr Lane replied that he considered the market was not ready for Eurolux sugar at present. He added that ADM had an agreement with [SDL] whereby ADM normally buy [x] tonnes of sugar and get this at the [3x] tonne rate, which is a more advantageous rate. If they were to reduce the amount of sugar purchased this agreement would no longer be of effect and they would not be able to obtain the sugar from the defendant [SDL] at the [3x] tonne rate.».

(31) «if he wasn't able to shift it they would swop it for him.».

(32) «Dear Mr Comerford
I am writing to bring to your attention unfair trade practices being initiated either directly by your company or by Sugar Distributors Limited which is controlled by you in relation to our efforts to market our Eurolux 1 kg Retail Sugar in Ireland. We have requested the Director of Consumer Affairs and Fair Trading to investigate specific difficulties we are experiencing.
Specifically this letter is to advise you that we object very strongly to your companies substitution of our product in the Spar retailer, Kelly's of Boyle. With or without the agreement of the proprietor this action contravenes existing legislation and we respectfully demand that you restore our product here and in other instances where this practice has occurred.
We specifically object to the use of oppressive tactics on other individual retailers who are enjoying the benefits of Eurolux and would continue to so do if left unthreatened. We seek your assurance that you will desist from restrictive practices and unfair trading and compete with us on equal terms as we are entitled to expect under the rules of the European Community.».

(33) «Volume of sugar imported across border in November/December estimated at 700 tonnes with an acceleration in January.
Sales to Wholesalers in border area over the last two months as follows: (. . .) Mr A. J. Hogan suggested we remove [. . .]/tonne rebates currently given in Northern Ireland. This would have a double benefit in increased Northern prices plus reducing rebate required in South. This action to be taken while attempting to get B.S.C. and Tate & Lyle to follow but our price to be increased in any case.
Mr Keleghan's view was that there were only two alternatives.
a) National rebates in the South. He suggested £ [. . .]/tonne on a National basis with [. . .] in border areas for February/March. Estimated cost £ [. . .].
b) Remove present £ [. . .] border area rebate as this was impossible to maintain on a selective basis and restrict supplies of McKinney sugar to the Northern Ireland wholesalers who are currently supplying the Southern trader.
After discussion it was decided to implement the latter alternative. In the meantime efforts are to be continued to get B.S.C. and Tate & Lyle to increase prices.».

(34) «Tate & Lyle were gaining some additional sales because of restriction of supplies of McKinney sugar in the border area.».

(35) «Since the last packet sugar price increase in October 1984 (. . .) a substantial differential has existed between home market prices and the price of competitive imported product, the latter including re-imported McKinney packets and bagged sugar. (. . .) The activities of Round Tower Foods Limited which is currently packing and selling an estimated 40 tonnes of packet sugar per week (. . .) are a continuing cause of concern and, at this stage, are but one feature of the actual/potential competition picture which threatens the price and market share dominance of "Siucra" packet sugars in the Republic of Ireland market.».

(36) «(i) take no action; (ii) reduce market selling prices to all customers by IR£ [. . .] per tonne, thereby equalising the selling prices North and South; this action should totally eliminate all import/competitive problems but would be both unnecessary and impossible from a financial point of view; (iii) reduce selling prices by £ [. . .], which should be sufficient to confine cross-border imports to border areas and keep the level of packing by Round Tower Foods Limited to at or below the current level, but would not deal with the demands of multiples, etc., for equal pricing North and South; (iv) Operate a selective co-ordinated programme to take account of the most vulnerable areas, with the objective of maintaining shelf prices at the current level. This is the recommended strategy and SDL believe that, given the excellent relationships which exist in the market place coupled with the recognised branding advantage of Siucra products, it should be adopted for the balance of 1985/1986 and for 1986/1987.

SDL consider that this is the most preferable least cost option, whilst at the same time recognising that it cannot be guaranteed to withstand increased pressures from Round Tower Foods Limited/importers. If the latter situation occurs serious consideration will have to be given to the more expensive options listed.».

(37) «(i) continue with £ [. . .] per parcel promotion in Donegal area and extend promotion in Monaghan/ Dundalk area (border area); (. . .); (iv) particular problems have arisen with ADM because of the nature of that grouping. The cost of tempory rebate arrangements entered into with ADM are set out in Appendix E4. and it is expected that additional expenditure of £ [. . .] p.a. will arise with this customer».

(38) «Recommendations and implications re Gold Seal Sugars: 1R continue as we are, i. e. rebating as the necessity arises. Presently we rebate to: [. . .]. Through [. . .] we rebate to many independent outlets the largest being [. . .]. Imp. (implication) This method is exceedingly dangerous both legally and commercially. Legally on the basis of selective pricing. Commercially on the same basis except that the selectivity is in favour of our smaller customers i. e. [. . .]. . . ex area manager [. . .] is a user of less than [. . .] t. p.a. and has a nett price of . . . whilst [. . .] who purchase from [. . .] to [. . .] t. p.a. or more than [. . .] tonnes collectively. . .».

(39) «Mr C. M. Lyons (Managing Director of SDL) said that, in the light of the very low Northern Ireland prices already discussed, it was essential to maintain the IR£ [. . .] per parcel Border promotional allowance. It was agreed to continue this promotion for the reason stated.».

(40) «1. [. . .].
I spoke yesterday with Joe Lane who rang regarding the position on the £ [. . .] per parcel for July. (. . .) I advised him to extend the same situation for July. He went through the individual customers he had taken back and these amounted to [. . .] customers out of a total of [. . .] that he has given it to. The other [. . .] are loyal ones who have always remained with him but who were under pressure in the areas involved.».

(41) «whilst the drop in packet sugar sales was of concern, it had to be born in mind that approximately [. . .] tonnes of the reduction was attributable to reduced cross-border sales of McKinney sugars».

(42) El documento no está fechado, pero probablemente cabría situarlo en torno al mes de octubre de 1986.

(43) «2. BSC and Tate & Lyle cut their prices (we have not followed) by a further £ 12/13 in small Border Cash & Carry's (none of whom would reach 300 tonnes of sugar per year) who were only too pleased to stock their product as McKinneys was price marked and could not be used for Cross Border Traffic.
We have a serious problem therefore with prices too low in these Cash & Carry's and Cross Border Merchants purchasing and dumping in the South which is now costing C.S.E.T. (Irish Sugar) approximately £ [. . .] per annum to discount in the border area in the South as well as losing [. . .] retail packet market share in Northern Ireland. The problem is potentially far more serious as the amount of discounting is growing and it could trigger a National discount which could cost up to £ [. . .]. . .».

(44) «Mr Keleghan reported that the [. . .] per parcel rebate had been reduced to [. . .] per parcel in all areas except in Donegal. It was agreed that the Donegal rebate be reduced to [. . .] from December 1st, 1986.».

(45) «Mr C. M. Lyons said that the reduction of the cross-border rebate from [. . .] to [. . .] per parcel had worked out well without any mayor problems and the reduction had not resulted in any increase in the small amount of B.S.C. and T & L sugar being imported. Mr M. Leyden confirmed a similar reaction in the Western area.».

(46) «reflected both reduced cross-border sales and also the loss of a major UK contract by this customer».

(47) «Border rebates had been removed in July 1987 but might have to be reintroduced in early 1988. Round Tower appeared to have adopted a more rational policy in recent times. . .».

(48) «the recent £ 20.00 increase in Northern Ireland packet sugar prices, coupled with the strengthening of sterling against the Irish Punt, had reduced cross-border imports significantly. . .».

(49) «increases in the pricing of BSC and Tate & Lyle sugars had helped to stabilise that market and reduce the amounts of sugar coming across'Border».

(50) «Mr T. G. Keleghan said there was a potential threat to the home market from cross-border imports from the North. He said that if this threat materialised it was important to react speedily with appropriate counter measures. These would include price marking».

(51) Suministradas por Irish Sugar en respuesta a las solicitudes de información y copiadas durante una inspección de las instalaciones de la empresa el 16 de enero de 1995.

(52) Según se refleja en extractos de las actas de las reuniones de dirección de Irish Sugar y Sugar Distributors durante la década de los ochenta, facilitados por Irish Sugar el 18 de mayo de 1995.

(53) «has been of the order of £ [. . .] to £ [. . .] for each tonne of sugar utilised in the manufacture of the export product».

(54) Teniendo en cuenta que el método de pago varía según los clientes, de tal forma que para algunos sólo se abonan los descuentos a la exportación correspondientes a los volúmenes (documentados) de azúcar realmente exportado (denominado «azúcar de exportación» por algunos clientes, por ejemplo, [. . .]), mientras que a otros se les aplica una media del descuento a la exportación que se aplica a todas las compras de azúcar ya sea para uso «nacional» o de exportación. Algunos descuentos a la exportación abonados en concepto de volúmenes exportados pueden ser considerablemente superiores a [. . .] libras irlandesas por tonelada.

(55) «. . .where PFAs have been granted to a company over a period of time the PFA becomes effectively built in to the company's purchase price and, consequently, the company will demand to receive the same level of rebate».

(56) «we operate en export rebate arrangement with Irish Biscuits and subject to further discussions with Irish Biscuits we are proposing a rebate of £ [. . .] a tonne».

(57) En su respuesta al pliego de cargos de 12 de julio de 1996, punto 6.2.6.

(58) En su respuesta al pliego de cargos de 12 de julio de 1996, punto 6.3.1.

(59) «charged as if it had purchased [. . .] tonnes».

(60) «in its first year of trading (May 1993-94) Burcom purchases [. . .]».

(61) En la audiencia de 26 de julio de 1996 (Sr. McCluskey).

(62) En el anexo 9 al pliego de cargos de 25 de marzo de 1996.

(63) «promotional activity in April and May contributed to stock build ups and, therefore, to lower sales levels in June and probably July as well».

(64) Una nota interna copiada durante la investigación efectuada el 16 de enero de 1995 refleja unas ventas de Irish Sugar a [. . .] de [. . .] toneladas de Siucra de un kilo, [. . .] toneladas de Siucra Specials, [. . .] toneladas de St. Bernard de un kilo y [. . .] toneladas de St. Bernard Specials.

(65) Respuesta de Irish Sugar al pliego de cargos de 12 de julio de 1996, punto 7.3.4.

(66) En la audiencia de 26 de julio de 1996 (Sr. Power y Sr. McCluskey).

(67) Enviado por Irish Sugar a la Comisión el 18 de mayo de 1995 e incluido en el anexo 9 al pliego de cargos de 25 de marzo de 1996.

(68) En el anexo 9 al pliego de cargos de 25 de marzo de 1996.

(69) Sentencia de 13 de febrero de 1979 en el asunto 31/80 (Rec. 1979, p. 461, apartado 28); véase asimismo L'Oréal/De Nieuwe AMCK, sentencia de 11 de diciembre de 1980 (Rec. 1980, p. 3775).

(70) Decisión 88/518/CEE de la Comisión (DO L 284 de 19. 10. 1988, p. 41).

(71) En su respuesta al pliego de cargos de 12 de julio de 1996, puntos 3.2.1-3.2.7.

(72) United Brands/Comisión, sentencia de 14 de febrero de 1978 en el asunto 27/76 (Rec. 1978, p. 207, apartado 11).

(73) Sentencia de 16 de diciembre de 1975 en los asuntos acumulados 40 a 48, 50, 54 a 56, 111, 113, y 114/73 (Rec. 1975, p. 1663, apartados 16, 17 y 24).

(74) Véase la nota a pie de página 73, apartados 19 y 20.

(75) El cuadro 1 muestra que durante el período 1986-1994 las importaciones siempre se situaron por debajo del 10 % del consumo nacional total. Entre 1989 y 1994, las importaciones representaron menos del 5 % del consumo nacional.

(76) En respuesta al pliego de cargos de 12 de julio de 1996, punto 3.3.6.

(77) Véase la nota a pie de página 69, apartados 38 y 39.

(78) Véase la sentencia de 9 de noviembre de 1983 en el asunto 322/81, Michelin/Comisión (Rec. 1983, p. 3461, apartado 59).

(79) En su respuesta al pliego de cargos de 12 de julio de 1996, punto 3.3.2.

(80) Decisión 92/553/CEE de la Comisión (DO L 356 de 5. 12. 1992, p. 1).

(81) Decisión 92/553/CEE (véase la nota a pie de página 80), y Decisión 94/893/CEE (DO L 354 de 31. 12. 1994, p. 32).

(82) Asuntos acumulados T-68/89, T-77/89 y T-78/89, Società Italiana di Vetro SpA/Comisión (Rec. 1992, p. II-1403).

(83) Véase la nota a pie de página 68, considerando 91.

(84) Véase la nota a pie de página 78, considerando 57.

(85) DO 30 de 20. 4. 1962, p. 993/62.

(86) DO 53 de 1. 7. 1962, p. 1571/62.

(87) Véase la nota a pie de página 78, considerando 82.

(88) Decisión 92/163/CEE de la Comisión (DO L 72 de 18. 3. 1992, p. 1, considerando 165).

(89) Véase la nota a pie de página 72, p. 207 y en particular las pp. 298-299; véase la nota a pie de página 73, y en particular las pp. 2000-2005, Decisión 85/609/CEE de la Comisión ECS/AKZO DO L 374 de 31. 12. 1985, p. 1), Decisión 88/138/CEE de la Comisión, Eurofix-Banco/Hilti (DO L 65 de 11. 3. 1988, p. 1), posteriormente confirmada por el Tribunal de Primera Instancia en su sentencia de 12 de diciembre de 1991, en el asunto T-30/80 (Rec. 1991, p. II-1439).

(90) Decisión 83/462/CEE de la Comisión (DO L 252 de 13. 9. 1983, p. 13).

(91) Respuesta de Irish Sugar al pliego de cargos de la Comisión de 12 de julio de 1996, puntos 9.3.3 y 9.3.4 citando la Decisión ECS/AKZO.

(92) Decisión 89/22/CEE de la Comisión (DO L 10 de 13. 1. 1989, p. 50), considerandos 132 y 133.

(93) Basados en descuentos de [. . .] libras irlandesas por tonelada, según consta en los documentos internos de Irish Sugar y SDL mencionados, y los precios fijados para el azúcar al detalle por Irish Sugar para las campañas 1985/86 y 1986/87, que ascendían a [. . .] libras irlandesas por tonelada y [. . .] libras irlandesas por tonelada, respectivamente. Cabe señalar que al menos en el caso de un cliente ([. . .]) «el gasto adicional . . . aumentará» (véase el considerando 57).

(94) Véase la nota a pie de página 78, apartado 57.

(95) Véase la nota a pie de página 89, inciso iii) del considerando 82.

(96) Declaración del Sr. Noel McCluskey en la audiencia oral de 26 de julio de 1996.

(97) Respuesta de Irish Sugar al pliego de cargos de 12 de julio de 1996, inciso ii) del punto 5.4.1.

(98) Véase la nota a pie de página 72.

(99) Decisión 76/353/CEE de la Comisión (DO L 95 de 9. 4. 1976, p. 1).

(100) Respuesta de Irish Sugar al pliego de cargos de 12 de julio de 1996, punto 6.4.3.

(101) Véase la nota a pie de página 72, apartados 229 y 230.

(102) Decisión 88/518/CEE de la Comisión (DO L 284 de 19. 10. 1988, p. 41), considerando 73.

(103) Asunto T-83/91, sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 6 de octubre de 1994 (Rec. 1994, p. II-755, apartado 114).

(104) Véase la nota a pie de página 78, observaciones del abogado general.

(105) Véase la nota a pie de página 78, considerando 82.

(106) Véase la nota a pie de página 78 (Rec. 1983, p. 3641, apartado 57).

(107) Société Technique Minière/Maschinenbau, asunto 56/65 (Rec. 1966, pp. 235 y 249).

(108) DO L 319 de 29. 11. 1974, p. 1.