SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA
de 14 de febrero de 1978 *

En el asunto 27/76,

United Brands Company, sociedad registrada en New Jersey, Estados Unidos de América,

United Brands Continentaal BV, sociedad neerlandesa con domicilio en 3002 Rotterdam, 3 Van Vollenhovenstraat, representadas y asistidas por los Sres. Ivo Van Bael y Jean-François Bellis, Abogados de Bruselas, que designan como domicilio en Luxemburgo el despacho de M[es] Elvinger y Hoss, 84, Grand-Rue,

partes demandantes

contra

Comisión de las Comunidades Europeas, representada por sus Consejeros Jurídicos, Sres. Antonio Marchini-Camia y John Temple Lang, que designan como domicilio en Luxemburgo el despacho del Sr. Mario Cervino, bâtiment Jean Monnet,

parte demandada

* Lengua de procedimiento: inglés.
Rectificada mediante auto del Tribunal de Justicia de 11 de mayo de 1978, asimismo rectificado mediante auto de 26 de junio de 1978, publicados *in extenso* en la *Recopilación de la Jurisprudencia del Tribunal de Justicia,* edición inglesa, pp. 345 y 349.

que tiene por objeto un recurso de anulación de la Decisión «IV/26.699 Chiquita» (DO 1976, L 95, pp. 1 y ss.) por la que la Comisión declaró el 17 de diciembre de 1975 una infracción del artículo 86 del Tratado CEE en el sector de la comercialización de los plátanos producidos e importados por los demandantes, así como unas pretensiones de indemnización de daños y perjuicios y de anulación o reducción de la multa impuesta por la Comisión a UBC,

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA,

integrado por los Sres.: H. Kutscher, Presidente; M. Sørensen y G. Bosco, Presidentes de Sala; A.M. Donner, J. Mertens de Wilmars, A.J. Mackenzie Stuart y A. Touffait, Jueces;

Abogado General: Sr. H. Mayras;
Secretario: Sr. A. Van Houtte;

dicta la siguiente

Sentencia

(No se transcriben los antecedentes de hecho.)

Fundamentos de Derecho

1 Considerando que, mediante escrito recibido en el Tribunal de Justicia de 15 de marzo de 1976, la sociedad United Brands Company de Nueva York (en lo sucesivo, «UBC») y su representante, la sociedad United Brands Continentaal BV de Rotterdam (en lo sucesivo, «UBCBV»), solicitaron la anulación de la Decisión de la Comisión de 17 de diciembre de 1975, publicada

posteriormente en el Diario Oficial L 95, de 9 de abril de 1976, publicación a la que se refieren las citas que aparecen en la presente sentencia;

2 que por razones de orden práctico la argumentación que sigue mencionará a las partes demandantes bajo la abreviatura única UBC.

3 Considerando que el artículo 1 de la Decisión hace constar que UBC ha infringido el artículo 86 del Tratado de la manera siguiente:

a) al obligar a sus maduradores-distribuidores establecidos en Alemania, Dinamarca, Irlanda, Países Bajos y en la Unión económica belgo-luxemburguesa (UEBL) a no revender plátanos verdes de UBC;

b) al aplicar precios desiguales por prestaciones equivalentes en las ventas de plátanos Chiquita a sus compradores, los maduradores-distribuidores establecidos en los citados Estados miembros, a excepción del grupo Scipio;

c) al aplicar precios de venta no equitativos en sus ventas de plátanos Chiquita a los clientes establecidos en Alemania (a excepción del grupo Scipio), en Dinamarca, en los Países Bajos y en la UEBL;

d) al negarse a suministrar plátanos Chiquita a la sociedad Th. Olesen A/S en Valby, Copenhague (en lo sucesivo, «Olesen»), del 10 de octubre de 1973 al 11 de febrero de 1975;

4 que en el artículo 2 de la Decisión se impuso a UBC una multa de un millón de unidades de cuenta por las infracciones señaladas en el artículo 1;

5 que el artículo 3 ordena a UBC:

a) que ponga inmediatamente fin a las infracciones señaladas en el artículo 1 si no lo ha hecho espontáneamente;

b) y a estos efectos:

– que comunique la revocación de la prohibición de revender plátanos verdes a todos sus maduradores-distribuidores establecidos en

Alemania, Dinamarca, Irlanda, Países Bajos y UEBL, y lo ponga en conocimiento de la Comisión antes del 1 de febrero de 1976,

– que comunique a la Comisión, dos veces al año (a más tardar el 20 de enero y el 20 de julio) y por primera vez el 20 de abril de 1976, durante un período de dos años, los precios que haya aplicado durante el semestre anterior a sus clientes establecidos en Alemania, Dinamarca, Irlanda, Países Bajos y UEBL.

6 Considerando que UBC interpuso un recurso en el que con carácter principal solicita la anulación de la Decisión de 17 de diciembre de 1975 y la condena de la Comisión a una unidad de cuenta por el perjuicio moral y, con carácter subsidiario, en caso de que se confirme la Decisión en cuanto al fondo, la anulación de la multa o, al menos, su reducción;

7 que en apoyo de sus pretensiones alega ocho motivos de recurso:

1) discute el análisis que realizó la Comisión del mercado de referencia, tanto en lo relativo al mercado del producto como al mercado geográfico;

2) niega ocupar en el mercado de referencia una posición dominante en el sentido del artículo 86 del Tratado;

3) considera que la cláusula relativa a las condiciones de venta de plátanos verdes está justificada por exigirlo la calidad del producto que se vende a los consumidores;

4) pretende demostrar que su negativa a abastecer a la empresa danesa Th. Olesen estaba justificada;

5) afirma que no aplicó precios discriminatorios;

6) afirma que no aplicó precios no equitativos;

7) se queja de que el procedimiento administrativo fue irregular;

8) impugna la imposición de una multa y, con carácter subsidiario, solicita su reducción.

8 Considerando que, tras este recurso, UBC presentó, mediante escrito separado y con arreglo al artículo 185 del Tratado CEE, una demanda de medidas provisionales el 18 de marzo de 1976, con el fin de obtener del Presidente del Tribunal de Justicia la suspensión de la ejecución de la letra a) y del primer guión de la letra b) del artículo 3 de la Decisión, hasta que se resuelva el recurso de anulación pendiente ante el Tribunal de Justicia;

9 que, mediante auto de 5 de abril de 1976, el Presidente dejó constancia de las declaraciones de las partes sobre la modificación de la cláusula relativa a la reventa de plátanos verdes y resolvió:

«Suspender la ejecución de la letra a) y del primer guión de la letra b) del artículo 3 de la Decisión de la Comisión de 17 de diciembre de 1975 (IV/26.699) hasta que se resuelva sobre el fondo en el asunto 27/76, en la medida en que las partes demandantes no hayan puesto ya fin espontáneamente a las conductas imputadas por la Comisión en el artículo 1 de la Decisión citada.»

Capítulo I. La existencia de una posición dominante

Sección 1. El mercado de referencia

10 Considerando que para apreciar si UBC ocupa una posición dominante en el mercado de los plátanos hay que delimitar dicho mercado tanto desde el punto de vista del producto como desde el punto de vista geográfico;

11 que las posibilidades de competencia en relación con el artículo 86 del Tratado deben examinarse en función de las características del producto de que se trata y con referencia a una zona geográfica definida en la que se comercializa dicho producto y en la que las condiciones de competencia son lo bastante homogéneas como para permitir apreciar los efectos de la potencia económica de la empresa interesada.

Apartado 1. El mercado del producto

12 Considerando que por lo que se refiere al mercado del producto, debe determinarse en primer lugar si, como afirma la parte demandante, los plátanos forman parte del mercado de las frutas frescas, porque para los consumidores son fácilmente intercambiables con otras variedades de frutas frescas como las manzanas, las naranjas, las uvas, los melocotones, las fresas, etc., o si el mercado de referencia es exclusivamente el del plátano, que abarcaría tanto el de los plátanos de marca como el de los desprovistos de ella y constituye un mercado suficientemente homogéneo y distinto del de las demás frutas frescas.

13 Considerando que, en apoyo de su tesis, la parte demandante alega que los plátanos compiten con las demás frutas frescas en los mismos comercios y en los mismos mostradores, con precios que pueden compararse, y satisfacen las mismas necesidades: su consumo como postre o entre las comidas;

14 que las estadísticas aportadas muestran que los gastos de los consumidores en la compra de plátanos alcanzan su punto más bajo entre junio y septiembre, cuando las frutas frescas indígenas abundan en el mercado;

15 que estudios realizados por la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO) (en particular en 1975) confirman que los precios de los plátanos son relativamente bajos durante los meses de verano, y que los precios de las manzanas, por ejemplo, tienen un impacto estadísticamente significativo sobre el consumo de plátanos en la República Federal de Alemania;

16 que, según los mismos estudios, se observa un movimiento de caída a fines de año, en «la estación de las naranjas»;

17 que los máximos estacionales de abundancia de otras frutas frescas influyen, por lo tanto, no sólo en el precio de los plátanos, sino también en su volumen de ventas y, por lo tanto, en el de su importación;

18 que de estas apreciaciones la parte demandante deduce que los plátanos y las frutas frescas constituyen un mercado único, y que es en este marco donde

habría debido examinarse la actuación de UBC a efectos de la eventual aplicación del artículo 86 del Tratado.

19 Considerando que la Comisión afirma que los plátanos tienen una demanda distinta de la de las demás frutas frescas, ya que el plátano es un componente importante del régimen alimenticio de determinados sectores de la población;

20 que las cualidades específicas del plátano intervienen en la decisión del consumidor y hacen que éste no busque sustituirlo totalmente o en gran parte por otras frutas;

21 que de los estudios citados por la parte demandante la Comisión deduce que los precios o las cantidades disponibles de las otras frutas influyen en muy pequeña medida sobre los precios o las cantidades de plátanos disponibles en el mercado de referencia y que esta incidencia es demasiado limitada en el tiempo, demasiado pequeña y demasiado poco generalizada como para que se pueda afirmar que estas otras frutas forman parte del mismo mercado que los plátanos, como productos de sustitución.

22 Considerando que para que se pueda afirmar que el plátano constituye el objeto de un mercado suficientemente distinto debe poder individualizarse por unas características particulares que lo diferencien de las demás frutas frescas hasta el punto de ser poco intercambiable con ellas y verse afectado sólo en escasa medida por la competencia de las mismas.

23 Considerando que la maduración del plátano tiene lugar durante todo el año, con independencia de la estación;

24 que su producción es durante todo el año superior a la demanda y puede satisfacerla en todo momento;

25 que esta característica hace de él una fruta privilegiada cuya producción y comercialización pueden adaptarse a las fluctuaciones estacionales conocidas y mensurables de las demás frutas frescas;

26 que no existe ninguna sustitución estacional forzosa, ya que el consumidor puede adquirir plátanos durante todo el año;

27 que como el plátano es una fruta disponible en todo momento en cantidades suficientes, la evaluación de sustituibilidad por otras frutas frescas, a fin de medir el grado de competencia que existe entre el plátano y éstas, debe efectuarse tomando como referencia la totalidad del año;

28 que de los estudios sobre el mercado del plátano aportados a los autos resulta que en dicho mercado no existe una elasticidad cruzada significativa a largo plazo, ni tampoco, como ya se ha dicho, una sustituibilidad estacional generalizada entre el plátano y las frutas de temporada, sino tan sólo entre el plátano y dos frutas (melocotón y uva de mesa) y en un país (Alemania) del mercado geográfico de referencia;

29 que en cuanto a las dos frutas disponibles todo el año (naranja y manzana), no existe sustituibilidad por lo que respecta a primera, y tan sólo una sustituibilidad relativa con respecto a la segunda;

30 que esta limitada sustituibilidad se debe a las características específicas del plátano y a todos los factores que influyen en la elección del consumidor;

31 que la apariencia del plátano, su gusto, su consistencia blanda, el hecho de carecer de pepitas, su fácil manejo y su nivel de producción permanente son características que le permiten satisfacer las necesidades constantes de una categoría importante de la población compuesta de niños, personas de edad y enfermos;

32 que en lo que se refiere a los precios, dos estudios de la FAO muestran que el plátano sólo se ve afectado por los precios –a la baja– de las restantes frutas (y solamente de los melocotones y uvas de mesa) durante los meses de verano, y en particular en el mes de julio, en una proporción que no supera el 20 %;

33 que, si bien no se puede negar que durante estos meses y algunas semanas a fin de año este producto sufre la competencia de las otras frutas, su flexibilidad de adaptación en cuanto al volumen de importación y de comercialización en el mercado geográfico de referencia hace que las condiciones de competencia sean extremadamente reducidas y que su precio se adapte sin grandes dificultades a esta situación de abundancia;

34 que del conjunto de estas consideraciones resulta que una gran masa de consumidores que tiene una necesidad constante de plátanos no reduce de manera notable, ni siquiera apreciable, el consumo de este producto por la llegada al mercado de otras frutas frescas y que incluso los máximos estacionales de estas últimas sólo le afectan de una manera moderada en el tiempo y muy limitada desde el punto de vista de la sustituibilidad;

35 que de ello resulta que el mercado del plátano constituye un mercado suficientemente diferenciado del de las demás frutas frescas.

Apartado 2. El mercado geográfico

36 Considerando que la Comisión tomó en consideración como mercado geográfico en el que debe examinarse si UBC tiene la posibilidad de dificultar una competencia efectiva la República Federal de Alemania, Dinamarca, Irlanda, los Países Bajos y la UEBL;

37 que la Comisión opina que las condiciones económicas de esta parte de la Comunidad permiten a los importadores-distribuidores de plátanos comercializar en ella normalmente sus productos, sin que existan barreras económicas significativas para UBC en comparación con otros importadores-distribuidores;

38 que, por el contrario, según la Comisión, debe excluirse de esta delimitación geográfica del mercado a los demás Estados miembros de la Comunidad (Francia, Italia y Reino Unido), pese a la presencia relativamente importante de UBC en ellos, debido a las especiales circunstancias derivadas de sus regímenes de importación, a las condiciones de comercialización y a las características de los plátanos que se venden en tales mercados.

39 Considerando que la parte demandante señala que el mercado geográfico en el que se toma en consideración la potencia económica y comercial de una empresa sólo debe abarcar aquellas zonas en las que las condiciones de competencia sean homogéneas;

40 que, si bien la Comisión excluyó acertadamente a Francia, Italia y el Reino Unido, no tuvo en cuenta las diferencias en las condiciones de competencia que existen en los demás Estados miembros, diferencias que le habrían debido

llevar a adoptar respecto a éstos las mismas conclusiones que respecto a los tres países mencionados;

41 que, en efecto, en los Estados miembros considerados se aplican tres regímenes aduaneros sustancialmente diferentes: un arancel cero en Alemania para un contingente de plátanos que cubre la mayor parte de las necesidades de este país, un arancel transitorio en Irlanda y en Dinamarca y el arancel exterior común, es decir, el 20 %, por lo que respecta a las importaciones en el Benelux;

42 que la demandante señala que la Comisión tampoco tuvo en cuenta los hábitos de los consumidores de cada Estado miembro, (el consumo de frutas frescas por cabeza es en Alemania 2,5 veces superior al de Irlanda y 2 veces superior al de Dinamarca), las diferencias de estructura comercial y de concentración, ni las consideraciones monetarias;

43 que del conjunto de estas observaciones la parte demandante deduce que el mercado geográfico considerado por la Comisión comprende zonas en las que las condiciones de competencia son tan diferentes que no puede afirmarse que constituyan un mercado único.

44 Considerando que los requisitos para la aplicación del artículo 86 a una empresa en posición dominante exigen que se delimite de una manera clara la parte sustancial del mercado común en la que dicha empresa puede ejercer prácticas abusivas que obstaculicen una competencia efectiva, y que en dicha zona las condiciones objetivas de competencia del producto de que se trata deben ser similares para todos los operadores económicos;

45 que la Comunidad no ha establecido una organización común de mercados por lo que respecta al plátano;

46 que de ello se derivan situaciones muy diferentes, ya que se mantienen diversos regímenes de importación que reflejan una determinada política comercial propia de los Estados afectados;

47 que, por ejemplo, el mercado francés, en su organización nacional, está limitado en sentido ascendente por un régimen de importación específico y

bloqueado, y en sentido descendente por un precio al por menor vigilado por la Administración;

48 que, junto a determinadas medidas relativas a un «precio objetivo» fijado anualmente y normas relativas al embalaje, clasificación y calidades mínimas requeridas, dos terceras partes de este mercado están reservadas a la producción de los departamentos de Ultramar y una tercera parte a la de ciertos países que tienen relaciones privilegiadas con Francia (Costa de Marfil, Madagascar, Camerún), cuyos plátanos se importan con franquicia, en un régimen gestionado por el Comité interprofessionnel bananier (CIB);

49 que el mercado del Reino Unido se aplican las «Commonwealth preferences», régimen que se caracteriza por mantener un nivel de producción en beneficio de los territorios en vías de desarrollo de la Commonwealth y un precio pagado a las asociaciones de productores directamente vinculado al precio de venta del plátano verde cargado en el Reino Unido;

50 que, en el mercado italiano, desde la abolición en 1965 del monopolio de Estado que tenía atribuida la comercialización de los plátanos, se estableció un sistema nacional de contingentes, con un control del Ministero della marina mercantile y del Ufficio nazionale dei cambi sobre las importaciones y contratos de fletamento de buques extranjeros destinados al transporte de los plátanos;

51 que la consecuencia de la organización nacional de estos tres mercados es que los plátanos de la parte demandante no compiten con igualdad de condiciones con los demás plátanos vendidos en estos Estados, que gozan de un régimen preferencial, y que la Comisión excluyó justificadamente estos tres mercados nacionales del mercado geográfico considerado;

52 que, por el contrario, los otros seis Estados constituyen mercados enteramente libres, aunque sujetos a disposiciones arancelarias distintas y con costes de transporte necesariamente diferentes, pero no discriminatorios, y las condiciones de competencia son en ellos similares para todos;

53 que estos seis Estados constituyen, desde el punto de vista de la posibilidad de practicar la libre competencia, un área suficientemente homogénea para poder ser considerada globalmente;

54 que UBC comercializa sus productos a través de su filial de Rotterdam –UBCBV– que constituye su centro único para toda esta parte de la Comunidad;

55 que los costes de transporte no son un obstáculo real a la política de distribución elegida por UBC, que consiste en vender for en los puertos de desembarque de Rotterdam y Bremerhaven;

56 que estos elementos son factores unificadores de dicho mercado;

57 que se deduce del conjunto de estas consideraciones que el mercado geográfico tal como la determinó la Comisión, que constituye una parte sustancial del mercado común, debe considerarse el mercado de referencia para apreciar la posible posición dominante de la parte demandante.

Sección 2. La posición de UBC en el mercado de referencia

58 Considerando que la Comisión opina que UBC ocupa en dicho mercado una posición dominante basándose en una serie de factores cuya interacción garantiza a UBC una predominancia indiscutible sobre todos sus competidores: su cuota de mercado comparada con la de sus competidores, la variedad de sus fuentes de abastecimiento, la calidad homogénea de su producto, la organización de su producción y de sus transportes, su sistema de comercialización y su actividad publicitaria, la diversificación de sus actividades y, finalmente, su integración vertical;

59 que, a la vista de todas estas características, la Comisión opina que UBC es una empresa en posición dominante que disfruta de una independencia global de comportamiento en el mercado de referencia y tiene la posibilidad de obstaculizar en buena medida una competencia efectiva por parte de sus competidores, que tan sólo podrían conseguir las mismas ventajas tras grandes esfuerzos prolongados durante varios años, perspectiva que no les incitaría a emprender tal camino, sobre todo tras haber sufrido varios fracasos.

60 Considerando que UBC niega esta conclusión y declara que se trata de un afirmación que no se basa en prueba alguna;

61 que afirma que ella se limita a ejercer una competencia leal en términos de precios, calidad y servicios;

62 que, según UBC, una apreciación objetiva de su cuota de mercado, de sus posibilidades de abastecimiento, de la competencia «agresiva» de las otras empresas, de los recursos, métodos y grado de integración de las mismas, de la relativa libertad de los maduradores-distribuidores, de la aparición de nuevos competidores en el mercado, de la fuerza e importancia de determinados clientes, de los bajos precios e incluso de la baja del precio del plátano y de las pérdidas sufridas desde hace cinco años habría permitido llegar a la conclusión, basada en un análisis correcto, de que ni en sus estructuras ni en su conducta su empresa tenía las características de una empresa en situación de posición dominante en el mercado de referencia.

63 Considerando que el artículo 86 es una expresión del objetivo general asignado por la letra f) del artículo 3 del Tratado a la acción de la Comunidad: el establecimiento de un régimen que garantice que la competencia no será falseada en el mercado común;

64 que este artículo prohíbe, en la medida en que pueda afectar al comercio entre los Estados miembros, que una empresa explote de manera abusiva una posición dominante en una parte sustancial del mercado común;

65 que la posición dominante a la que se refiere el artículo 86 es la posición de poder económico de una empresa que le permite obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado de referencia, al darle la posibilidad de actuar en buena medida independientemente de sus competidores, de sus clientes y en definitiva de los consumidores;

66 que la existencia de una posición dominante resulta, en general, de la concurrencia de varios factores que, considerados aisladamente, no serían necesariamente determinantes.

67 Considerando que para apreciar si UBC es una empresa en posición dominante en el mercado de referencia debe examinarse en primer lugar su estructura y seguidamente la situación de la competencia en dicho mercado;

68 que, para ello, puede ser útil tomar en consideración hechos que han sido calificados de comportamientos abusivos, sin que ello suponga reconocerles necesariamente tal carácter.

Apartado 1. La estructura de UBC

69 Considerando que deben examinarse sucesivamente los recursos y métodos de producción, embalaje, transporte, venta y presentación del producto utilizados por UBC;

70 que UBC es una empresa con un grado de integración vertical muy elevado;

71 que esta integración se manifiesta en cada una de las fases que van de la plantación a la carga en vagones o camiones en los puertos de desembarque y que, después, la vigilancia de UBC, por lo que se refiere a la maduración y los precios de venta, llega hasta los maduradores-distribuidores y mayoristas, mediante el establecimiento de una completa red de agentes.

72 Considerando que en la fase de producción UBC es propietaria de grandes plantaciones en América Central y del Sur;

73 que, en caso de que la producción propia no fuera suficiente para sus necesidades, UBC puede abastecerse sin dificultad dirigiéndose a los cultivadores independientes, ya que, como es sabido, salvo en circunstancias excepcionales la producción es excedentaria;

74 que además numerosos productores independientes están vinculados a UBC mediante contratos de cultivo que han hecho que cultiven la variedad de plátano que UBC les ha aconsejado adoptar;

75 que las consecuencias de las catástrofes naturales que pudieran poner en peligro el abastecimiento son muy reducidas por la dispersión geográfica de las plantaciones y la selección de variedades poco sensibles a las enfermedades;

76 que la manera en que UBC pudo reaccionar a las consecuencias del huracán «Fifi» en 1974 confirma tal situación;

77 que, por tanto, en la fase de producción, UBC tiene garantizado poder satisfacer todos los pedidos que se le hagan.

78 Considerando que en la fase de embalaje y acondicionamiento *in situ*, UBC dispone de fábricas, mano de obra, instalaciones y material que le permiten tratar la mercancía de manera independiente;

79 que UBC transporta los plátanos desde el lugar de producción a los puertos de embarque utilizando sus propios medios, entre ellos el ferrocarril.

80 Considerando que, por lo que respecta a la fase de transporte marítimo, es sabido que UBC es la única empresa de este tipo capaz de transportar dos tercios de sus exportaciones con su propia flota platanera;

81 que de este modo UBC tiene garantizado poder transportar regularmente, sin riesgo de inmovilización de sus propios buques y con independencia de las circunstancias del mercado, dos tercios de su tonelaje medio de venta, y es la única compañía que puede garantizar tres arribadas semanales regulares a Europa, lo que constituye una garantía de estabilidad y seguridad comercial.

82 Considerando que en el ámbito de los conocimientos técnicos y gracias a investigaciones constantes, UBC continúa mejorando la productividad y el rendimiento de las plantaciones, al perfeccionar los sistemas de drenaje, corregir las deficiencias edafológicas y combatir eficazmente las enfermedades de las plantaciones;

83 que ha puesto a punto nuevos métodos de maduración que técnicos de UBC enseñan a los distribuidores-maduradores de plátanos Chiquita;

84 que se trata también de un elemento que hay que considerar al examinar la posición de UBC, ya que las empresas competidoras no pueden desarrollar actividades de investigación a un nivel comparable y se encuentran, a este respecto, en desventaja frente a la parte demandante.

85 Considerando que en la fase de elaboración final y de control de calidad UBC controla no solamente a los maduradores-distribuidores que son sus clientes directos, sino también a los que trabajan por cuenta de sus clientes importantes, como el grupo Scipio;

86 que la cláusula de prohibición de reventa de plátanos verdes, aunque únicamente tuviera por finalidad un estricto control de calidad, procura de hecho a UBC el control absoluto de toda comercialización de su mercancía mientras ésta es comercializable al por mayor, es decir, antes de que comience el proceso de maduración que hace inevitable una venta muy próxima;

87 que este control generalizado de la calidad de una mercancía homogénea asegura la eficacia de la publicidad de la marca.

88 Considerando que, desde 1967, UBC ha centrado su política global en el mercado de referencia sobre la calidad de su plátano Chiquita;

89 que ello otorga sin duda alguna a UBC el control sobre la transformación del producto en plátanos aptos para el consumo, aunque la mayor parte del producto no le pertenezca ya;

90 que esta política se basa en una reorganización profunda del sistema de producción, embalaje, transporte, maduración (nuevas instalaciones con ventilación y refrigeración) y comercialización (red de representantes);

91 que UBC ha individualizado este producto mediante campañas de publicidad y promoción masivas y repetidas que han hecho que el consumidor lo prefiera, pese a la diferencia de precio que existe entre los plátanos con etiqueta y sin ella (del orden del 30 al 40 %), así como entre los plátanos Chiquita y los etiquetados con otra marca (del orden del 7 al 10 %);

92 que esta empresa ha sido la primera en explotar a gran escala las posibilidades ofrecidas por el etiquetado en los trópicos con fines publicitarios, lo que, según los términos empleados por UBC, ha «revolucionado la explotación comercial del plátano» [letra a) del anexo II del escrito de recurso, p. 10];

93 que de esta manera ha adquirido una posición privilegiada que hace de Chiquita la primera marca de plátanos en el mercado de referencia, con la consecuencia de que un distribuidor no puede dejar de ponerla a disposición del consumidor.

94 Considerando que, en la fase de venta, este factor de individualización –justificado por la calidad constante del plátano que lleva esta etiqueta– le garantiza una clientela permanente que consolida su poder económico;

95 que sus circuitos de venta, al comprender sólo un número restringido de clientes integrado por grandes grupos o distribuidores-maduradores, dan lugar a una simplificación de la política de abastecimiento y a economías de escala;

96 que, como su política de abastecimiento consiste –pese a la producción excedentaria– en atender los pedidos de plátanos Chiquita con lentitud y a veces de modo incompleto, UBC se encuentra, en la fase de venta, en posición de fuerza.

Apartado 2. La situación de la competencia

97 Considerando que UBC constituye el más importante grupo platanero, que en 1974 efectuó el 35 % del total de exportaciones de plátanos en el mercado mundial;

98 que, no obstante, en el presente caso procede tener en cuenta tan sólo sus actividades en el mercado de referencia.

99 Considerando que, en relación con este mercado, las partes no están de acuerdo sobre la magnitud de la cuota de mercado de UBC en la República Federal de Alemania y sobre la cuota global que en el mercado de referencia en su conjunto tiene la parte demandante.

100 Considerando que, en primer lugar, UBC excluye de su cuota global en el mercado de referencia en su conjunto el porcentaje atribuido a la empresa Scipio, que compra sus plátanos *fob* en América Central.

101 Considerando, no obstante, que es preciso incluirlo en ella, ya que Scipio madura casi exclusivamente plátanos Chiquita, cuyo transporte a Europa corre a cargo de la sociedad Sven Salén; que Scipio está sometida al control técnico de UBC; que existen acuerdos de suministro y de precios entre estos grupos; que Scipio respeta la obligación de no revender plátanos Chiquita verdes y que desde hace treinta años nunca ha intentado actuar de manera independiente respecto de UBC;

102 que existen acuerdos de trabajo entre Scipio y UBC y acciones en común en materia de precios, así como para hacer más atractivos los puntos de venta y realizar campañas publicitarias;

103 que, por lo demás, hay que hacer constar que los precios de venta aplicador por Scipio son iguales a los de los demás maduradores clientes de UBC;

104 que de ello se deduce que no existe competencia entre UBC y Scipio.

105 Considerando, en segundo lugar, que la Comisión afirma que la cuota de mercado de UBC es del 45 %;

106 que UBC señala, no obstante, que en 1975, dicha cuota se redujo al 41 %.

107 Considerando que un operador sólo puede ocupar una posición dominante en el mercado de un producto si ha conseguido obtener en él una considerable cuota de mercado.

108 Considerando que, sin entrar en una discusión de porcentajes, necesariamente fijados de manera aproximada, se puede considerar probado que la cuota de UBC en el mercado de referencia es superior al 40 % y se aproxima al 45 %;

109 que este porcentaje no permite sin embargo concluir que exista un control automático del mercado por UBC;

110 que dicho porcentaje debe valorarse en relación con la fuerza y el número de sus competidores.

111 Considerando que hay que señalar, en primer lugar, que sobre el mercado de referencia en su conjunto, dicho porcentaje representa *grosso modo* una cuota varias veces superior a la de su competidor Castle y Cooke, que es el mejor situado, ya que los restantes tienen una cuota de mercado muy inferior;

112 que este hecho, combinado con los ya señalados, puede considerarse como un dato que prueba la fuerza preponderante de UBC;

113 que, sin embargo, para que una empresa ocupe una posición dominante no es necesario que haya eliminado toda posibilidad de competencia;

114 que en el caso de autos la competencia fue muy viva en varias ocasiones, y en 1973 Castle y Cooke lanzó en los mercados danés y alemán una campaña de publicidad y promoción a gran escala, con rebajas de precios;

115 que, simultáneamente, Alba bajó fuertemente los precios y ofreció artículos de promoción;

116 que, recientemente, Velleman & Tas practicó una competencia tan viva en el mercado neerlandés que los precios llegaron a ser inferiores a los del mercado alemán, tradicionalmente los más bajos;

117 que, no obstante, hay que señalar que, pese a sus esfuerzos, estas empresas no consiguieron aumentar su cuota de mercado de manera significativa en los mercados nacionales atacados;

118 que hay que señalar que estos períodos de competencia, limitados en el tiempo y en el espacio, no abarcaron el mercado de referencia en su conjunto;

119 que, aunque los ataques locales de ciertos competidores puedan calificarse de «violentos», hay que señalar que UBC los resistió perfectamente, adaptando momentáneamente sus precios (en los Países Bajos frente a Velleman & Tas) o ejerciendo una presión indirecta sobre los intermediarios;

120 que, por lo demás, si se considera la posición de UBC en cada uno de los mercados nacionales se comprueba que, salvo en Irlanda, dicha sociedad vende directamente, y en Alemania indirectamente a través de Scipio, aproximadamente el doble de plátanos que el competidor mejor situado y que

sus cifras de venta no bajan de manera sensible, ni siquiera cuando aparecen nuevos competidores;

121 que el poder económico de UBC le ha permitido, por tanto, adoptar una estrategia global y flexible, contraria a la implantación de nuevos competidores en el mercado de referencia en su conjunto;

122 que los obstáculos de la entrada de competidores se deben en particular a las inversiones excepcionalmente fuertes necesarias para la creación y la explotación de platanales, a la necesidad de multiplicar las fuentes de abastecimiento para evitar las consecuencias de las enfermedades de la fruta y de las inclemencias del tiempo (huracanes, inundaciones), al establecimiento del sistema logístico necesario para la distribución de una mercancía muy perecedera, a las economías de escala de las que no puede aprovecharse un operador recién llegado al mercado, y a los costes reales de entrada que suponen todos los gastos fijos de penetración en un mercado, tales como el establecimiento de una red comercial adecuada o el coste de las campañas publicitarias de gran envergadura, todos ellos riesgos económicos en los que se pierde el capital invertido si fracasa la tentativa;

123 que, por consiguiente, si bien es cierto, como ha señalado UBC, que los competidores tienen la posibilidad de utilizar los mismos métodos de producción y distribución que la parte demandante, se enfrentan con obstáculos prácticos y financieros casi insalvables;

124 que éste es de nuevo un factor que caracteriza la situación de posición dominante.

125 Considerando, no obstante, que UBC alega que sufrió pérdidas en su división «plátanos» entre 1971 y 1976 –período en el que sus competidores obtuvieron beneficios– para deducir de ello que, como la esencia de una situación de posición dominante la constituye la posibilidad de determinar los precios, el hecho de sufrir pérdidas contradice la existencia de una posición dominante.

126 Considerando que la potencia económica de una empresa no se mide por su rentabilidad, que un margen de beneficios reducido o incluso unas pérdidas temporales no son incompatibles con una posición dominante, del mismo

modo que unos beneficios elevados pueden ser compatibles con una situación de competencia efectiva;

127 que, en realidad, una rentabilidad temporalmente mediocre o nula debe apreciarse a la luz del conjunto de las actividades de UBC;

128 que es más significativo señalar que, cualesquiera que sean las posibles pérdidas de UBC, los clientes continúan comprando más mercancías a UBC, que es el vendedor más caro, lo que constituye un hecho que caracteriza la posición dominante, hecho cuya verificación resulta decisiva en el caso de autos;

129 que la totalidad de las ventajas de que goza UBC le garantizan, pues, una posición dominante en el mercado de referencia.

Capítulo II. La explotación abusiva de dicha posición dominante

Sección 1. El comportamiento en relación con los maduradores

Apartado 1. La cláusula de prohibición de reventa de plátanos verdes

130 Considerando que la Comisión opina que la parte demandante abusó de su posición dominante frente a los maduradores-distribuidores, en primer lugar al incluir en sus condiciones generales de venta una cláusula por la que se prohibía a sus maduradores-distribuidores revender sus plátanos verdes;

131 que, por lo demás, la Comisión señala que UBC había insistido igualmente ante los maduradores-distribuidores para que vendieran únicamente los plátanos que UBC les suministraba mientras distribuyeran plátanos UBC y para que no revendieran plátanos UBC a maduradores de la competencia ni a negociantes extranjeros, asegurándoles que había formulado la misma exigencia a los demás maduradores-distribuidores extranjeros;

132 que esta práctica se inició en enero de 1967, en la época en que UBC intentaba lanzar en Europa el nuevo plátano «Cavendish Valery» bajo la marca Chiquita para sustituir a la variedad «Gros Michel», conocida con la marca «Fyffes»;

133 que la prohibición de vender plátanos verdes se impuso de manera estricta a partir de 1967, en todos los Estados que constituyen el mercado de referencia, a todos los importadores maduradores-distribuidores de UBC, incluido el grupo Scipio, aunque no figurase siempre por escrito;

134 que esta prohibición se puso de manifiesto en diciembre de 1973, al negarse UBC a vender a la sociedad danesa Olesen, que vio cómo todos los distribuidores a los que se dirigió para abastecerse de plátanos verdes (incluido el grupo Scipio) rechazaron sus pedidos porque sus contratos les obligaban a hacerlo;

135 que además de contribuir indirectamente a reforzar y consolidar la posición dominante de UBC, esta obligación hacía prácticamente imposible todo comercio de plátanos verdes de UBC, con marca o sin ella, tanto en el interior de un solo Estado como entre Estados miembros, y que esta disposición tenía, por lo tanto, un efecto similar al de una prohibición de exportar;

136 que el efecto de dicha cláusula quedaba reforzado, además, por la política seguida por UBC de servir a sus clientes únicamente cantidades de plátanos inferiores a las que habían encargado, lo que les impedía emprender cualquier acción competitiva contra la disparidad de precios que existía entre unos y otros Estados y les obligaba a limitarse a su papel de maduradores;

137 que estas prohibiciones y estas prácticas –según afirma la Comisión– son a la vez el elemento esencial de un sistema global que permite a la parte demandante controlar totalmente la comercialización de su producto y limitar el juego de la competencia, y la base de otros tres abusos que se le imputan a UBC;

138 que hubo que esperar hasta el mes siguiente a la Decisión condenatoria de 17 de diciembre de 1976 para que, el 31 de enero de 1976 (justo antes del 1 de febrero de 1976, fecha límite fijada por la Comisión para que se le comunicara la supresión de la prohibición de revender plátanos verdes), la parte demandante dirigiera a todos sus clientes establecidos en el mercado de referencia una carta circular en la que se les indicaba que la finalidad de la cláusula nunca había sido prohibir la venta de plátanos verdes Chiquita por un

madurador autorizado a otros maduradores Chiquita, ni la reventa de plátanos verdes sin marca.

139 Considerando que, en respuesta a estos cargos, la parte demandante señala que la cláusula impugnada tiene el siguiente tenor en Bélgica, Dinamarca y los Países Bajos: «Los plátanos solo podrán revenderse cuando estén maduros» (la cláusula danesa precisa que sólo se podrán vender plátanos del color nº 3);

140 que la cláusula relativa a los Países Bajos fue notificada a la Comisión el 15 de noviembre de 1968 en la siguiente forma: «no se autoriza la venta a maduradores de la competencia de los plátanos que les suministramos»;

141 que la parte demandante se asombra de que la Comisión no le pidiera que precisara, y en su caso modificara, la redacción de las condiciones de venta a efectos de analizar si ella podía beneficiarse de la exención prevista en el apartado 3 del artículo 85, y de que necesitara siete años para preparar y poner a punto su condena;

142 que la única finalidad de esta cláusula era proteger la marca y en definitiva, por lo tanto, a los consumidores, garantizando para sus productos –seleccionados y etiquetados en los trópicos– una calidad ejemplar, reservando su distribución a maduradores experimentados, que poseyeran instalaciones de maduración adecuadas, aplicaran los avanzados métodos técnicos elaborados por los ingenieros de UBC y aceptaran sus controles y se comprometieran a sacar al mercado los plátanos Chiquita cuando alcanzaran su calidad óptima;

143 que dicha cláusula nunca fue interpretada, aplicada ni ejecutada como una prohibición de exportar;

144 que la parte demandante no había tenido nunca la intención de recurrir a sanciones en caso de incumplimiento;

145 que, por lo demás, los negociantes en plátanos venden un producto semiacabado y muy perecedero, el cual, por su propia naturaleza, tiene que ser madurado inmediatamente y no negociado horizontalmente y que el comercio de plátanos verdes, si existiera, sólo podría ser marginal;

146 que la función del madurador es tan sólo madurar los plátanos y distribuirlos a los minoristas;

147 que, por lo demás, el margen bruto del madurador es superior a los beneficios que podría conseguir especulando con las diferencias de precios medias entre los diversos mercados, salvo durante algunas semanas al año, y que por esta razón no le interesa dedicarse a ventas horizontales de plátanos verdes;

148 que el único caso en que las apariencias podrían hacer creer que la cláusula se aplicó es el de Olesen;

149 que éste constituye un caso excepcional debido a un litigio entre UBC y dicho madurador danés, que se sitúa en un contexto diferente del de la aplicación de la prohibición de vender plátanos verdes;

150 que, en todo caso, la supresión de la cláusula a la que ha sido condenada la parte demandante le parece «poco razonable e injustificada», ya que al no poseer ninguna instalación de maduración propia –salvo Spiers en Bélgica, que representa un 3,3 % de la capacidad de maduración del «mercado de referencia» –no podrá ya garantizar al consumidor la calidad de sus plátanos, lo que acarreará la ruina de toda su política comercial.

151 Considerando que el examen del Tribunal de Justicia debe limitarse a la cláusula relativa a la prohibición de reventa de plátanos verdes en la forma en que fue notificada a la Comisión el 15 de noviembre de 1968, sin que proceda tomar en consideración la cláusula tal como fue redactada por UBC el 31 de enero de 1976, es decir, en una fecha posterior a la Decisión de la Comisión.

152 Considerando que la cláusula aplicada en Bélgica, Dinamarca y en los Países Bajos, en la medida en que figuraba por escrito, prohibía revender plátanos verdes, con marca o sin ella, incluso entre maduradores de plátanos Chiquita;

153 que UBC precisaba en su carta circular de 31 de enero de 1976, enviada a todos los maduradores-distribuidores, incluidos los establecidos en Alemania, que la cláusula no había sido formulada por escrito para Alemania, con lo que reconocía implícitamente su existencia en el mercado alemán, ya que dicha cláusula había sido, evidentemente, sobreentendida o formulada verbalmente;

154 que, conforme a las condiciones generales de venta de 1967, UBC «insistía especialmente en solicitar a sus clientes que procuraran que los plátanos en su poder no fueran revendidos a negociantes extranjeros, que había solicitado lo mismo a sus clientes extranjeros por lo que se refería a los Países Bajos y que no dudaría en adoptar las medidas necesarias si se inclumplía de algún modo lo indicado anteriormente»;

155 que esta redacción implica que UBC no sólo no descartaba la idea de imponer sanciones a los maduradores-distribuidores autorizados que no cumplieran sus instrucciones, sino que esgrimía tal posibilidad como amenaza;

156 que Olesen padeció indudablemente los efectos de dicha cláusula cuando –tras negarse UBC a servir su pedido– pretendió abastecerse de plátanos Chiquita recurriendo a la sociedad Scipio y a los distribuidores daneses autorizados;

157 que constituye una restricción de la competencia obligar al madurador a no vender los plátanos hasta que no los haya madurado y reducir la actividad de éste únicamente a los contactos con los minoristas;

158 que si bien es recomendable y legítimo intentar aplicar una política de calidad, en particular mediante una selección de revendedores en función de criterios objetivos relativos a las calificaciones del revendedor, a su personal y a sus instalaciones, esta práctica sólo está justificada si no crea obstáculos cuyo resultado sobrepase el objetivo que se pretende alcanzar;

159 que en el presente caso, pese a que los requisitos de selección se fijaron de una manera objetiva y no discriminatoria, la prohibición de reventa impuesta a los maduradores autorizados Chiquita y la prohibición de revender plátanos sin marca –aunque el carácter perecedero del plátano restringiera en la práctica las posibilidades de reventa pasado un corto plazo– constituían innegablemente una explotación abusiva de una posición dominante, que limitaba los mercados en perjuicio de los consumidores y afectaba al comercio entre los Estados miembros, en particular al compartimentar los mercados nacionales;

160 que, de este modo, la organización del mercado característica de UBC reducía a los maduradores al papel de abastecedores del mercado local y les impedía desarrollar su poder de negociación frente a UBC que, por lo demás, acentuaba

aún más su control económico sobre ellos sirviéndoles menos mercancía de la que encargaban;

161 que de este conjunto de observaciones se deduce que la cláusula controvertida de prohibición de reventa de plátanos verdes infringía el artículo 86 del Tratado;

162 que la Decisión impugnada está pues justificada en este punto.

Apartado 2. La negativa a continuar sus ventas a Olesen

163 Considerando que la Comisión opina que UBC infringió el artículo 86 del Tratado al dejar de vender plátanos Chiquita a Olesen entre el 10 de octubre de 1973 y el 11 de febrero de 1975;

164 que –según un télex de 11 de octubre de 1973 dirigido por UBC a Olesen– esta interrupción se debió a que este madurador-distribuidor había participado en una campaña publicitaria de plátanos Dole emprendida en el mes de octubre de 1973 en Dinamarca;

165 que, tras el corte de suministros, Olesen se dirigió en vano a los otros siete maduradores –distribuidores de UBC en Dinamarca, así como a una sociedad del grupo Scipio en Hamburgo, para obtener plátanos verdes Chiquita;

166 que esta situación le causó graves perjuicios al hacerle perder ventas y varios clientes importantes, entre ellos la Asociación de Cooperativistas Daneses (FDB), que le compraba el 50 % de sus plátanos;

167 que el 11 de febrero de 1975 UBC y Olesen celebraron un acuerdo por el cual UBC se comprometía a reanudar el suministro de plátanos a Olesen y éste retiró la denuncia que había presentado ante la Comisión;

168 que la Comisión ve en esta negativa a servir los pedidos, que no podía estar justificada objetivamente, una injerencia arbitraria en la gestión comercial de Olesen, que le causó un perjuicio y que tenía por objeto disuadir a los maduradores de UBC de vender marcas competidoras o, al menos, de hacer

publicidad de las mismas, hechos que constituyen una infracción del artículo 86 del Tratado.

169 Considerando que la parte demandante afirma seguir una política mucho más liberal que sus competidores en materia de distribución;

170 que, según la demandante, sus maduradores pueden vender productos de marcas competidoras, hacer publicidad de los mismos, reducir sus pedidos, anularlos y poner fin a sus relaciones cuando lo juzguen oportuno;

171 que según UBC el incidente Olesen debe apreciarse en esta perspectiva;

172 que en 1967, tras convertirse Olesen en el más importante madurador de plátanos Chiquita en Dinamarca, hizo presión sobre UBC para obtener condiciones privilegiadas frente a los otros siete maduradores daneses autorizados por la parte demandante;

173 que tras recibir una negativa se convirtió, en octubre de 1969, en importador y distribuidor exclusivo de la sociedad Standard Fruit;

174 que, en 1973, Standard Fruit declaró en una conferencia de prensa que el plátano Dole iba a sustituir al plátano Chiquita en todo el mundo;

175 que Olesen vendió entonces cada vez menos plátanos Chiquita e impulsó deliberadamente la venta de plátanos Dole; que no dedicó a la maduración de los plátanos Chiquita el mismo cuidado que a la de los plátanos de otras marcas;

176 que en tales circunstancias, marcadas por discusiones mantenidas durante largo tiempo, se produjo la ruptura, que no tuvo carácter súbito ni imprevisible;

177 que, según UBC, dicha ruptura estuvo plenamente justificada, porque cuando una empresa sufre el ataque directo de su principal competidor que ha conseguido hacer de uno de sus antiguos clientes más importantes su distribuidor exclusivo para todo el país, dicha empresa debe reaccionar por su propio interés y el de la competencia, so pena de desaparecer del mercado nacional;

178 que la demandante añade que esta medida justificada no constituía un abuso, porque la negativa a servir los pedidos no afectó a la competencia efectiva en el mercado danés, que a finales de 1974 registró en dos semanas una baja del 40 % en el precio al por menor de los plátanos Chiquita a consecuencia de la rivalidad entre los competidores nacida de estas circunstancias;

179 que, en definitiva, la negativa a vender a Olesen no afectó al comercio entre los Estados miembros, ya que los plátanos Dole se limitan a transitar por Alemania a partir de Hamburgo, y los plátanos Chiquita a partir de Bremerhaven;

180 que, por lo tanto, estas transacciones no son intracomunitarias, sino que constituyen en realidad intercambios entre Dinamarca y los países terceros de donde proceden los plátanos;

181 que, por todas estas razones, al no constituir la negativa de venta, por sí misma, una infracción específica, la parte demandante opina que no está justificada su condena por esta causa.

182 Considerando que, a la vista de estas tesis contradictorias, es preciso afirmar de entrada que una empresa que se encuentra en una posición dominante para la distribución de un producto –y que se beneficia del prestigio de una marca conocida y apreciada por los consumidores– no puede dejar de abastecer a un cliente antiguo y que respeta los usos del comercio, cuando los pedidos de dicho cliente no tienen carácter anormal;

183 que esta conducta sería contraria a los objetivos indicados en la letra f) del artículo 3 del Tratado, y desarrollados en el artículo 86, en particular en las letras b) y c), ya que dicha negativa de venta limitaría los mercados en perjuicio de los consumidores y constituiría una discriminación que podría dar lugar a la eliminación del mercado de referencia de una empresa con la que se mantienen relaciones comerciales;

184 que es preciso, pues, determinar si el cese del suministro por parte de UBC en octubre de 1973 estaba justificado;

185 que la razón expresada se encuentra en una carta de la demandante de 11 de octubre de 1973, en la que reprochaba abiertamente a Olesen su participación en una campaña de promoción de uno de sus competidores;

186 que, seguidamente, UBC añadió a este motivo determinadas acusaciones, tales como la de ser el representante exclusivo de su principal competidor en el mercado danés;

187 que esta situación no era nueva, ya que databa de 1969 y, en todo caso, no era contraria a los usos honestos en materia comercial;

188 que, finalmente, UBC no expuso ningún argumento convincente para justificar su negativa a servir los pedidos;

189 que, si bien es cierto, como afirma la parte demandante, que la existencia de una posición dominante no puede privar a una empresa que se encuentra en dicha posición del derecho a proteger sus propios intereses comerciales cuando éstos son atacados, y que se le debe reconocer, en una medida razonable, la facultad de realizar los actos que juzgue adecuados para proteger dichos intereses, no son admisibles tales conductas cuando su finalidad es, precisamente, reforzar esta posición dominante y abusar de ella;

190 que, aunque pueda admitirse la posibilidad de una respuesta, ésta debe ser en todo caso proporcionada a la amenaza, teniendo en cuenta la potencia económica de las empresas enfrentadas;

191 que la sanción decidida por una empresa en posición dominante y consistente en negarse a servir los pedidos sobrepasaba los límites de lo que podía razonablemente considerarse apropiado para sancionar una actitud como la que UBC reprochaba a Olesen;

192 que, en efecto, UBC no podía ignorar que mediante dicha sanción disuadiría a los demás maduradores-distribuidores de apoyar la publicidad de otras marcas y reforzaría además considerablemente su posición de fuerza en el mercado de referencia por el valor ejemplar de la sanción adoptada contra uno de ellos;

193 que dicha conducta atenta gravemente contra la independencia de las pequeñas y medianas empresas que mantienen relaciones comerciales con la empresa en posición dominante, independencia que implica el derecho a dar preferencia a los productos de sus competidores;

194 que, en el caso de autos, esta conducta tiende a alterar gravemente la competencia en el mercado de referencia del plátano, ya que sólo permite subsistir a empresas dependientes de la empresa dominante.

195 Considerando que no puede acogerse la alegación de la parte demandante en el sentido de que la baja del 40 % del precio de los plátanos en el mercado danés demuestra que la negativa a servir los pedidos de Olesen no afectó a la competencia;

196 que, en efecto, esta baja sólo fue la consecuencia de la intensa competencia —calificada en su momento de «guerra de los plátanos»— que mantenían las dos sociedades transnacionales UBC y Castle and Cooke.

197 Considerando que la parte demandante afirma que su negativa a servir los pedidos no pudo incidir en el comercio intracomunitario, ya que como todos los plátanos provienen de países terceros (América Latina) y se limitan a transitar por los países del mercado común antes de llegar al Estado miembro en el que se consumen, no forman parte del comercio intracomunitario.

198 Considerando que, si este argumento fuera válido, todo el comercio de mercancías de países terceros efectuado por UBC en Europa escaparía a la aplicación del Derecho comunitario;

199 que, en realidad, cuando cesó el sumunistro a Olesen, a éste le fue imposible comprar plátanos Chiquita en Bremerhaven y, por lo tanto, importar en Dinamarca las mismas cantidades de plátanos que antes de la aplicación de esta medida;

200 que dicha empresa se vio obligada a comprar plátanos de otras marcas fuera de Dinamarca e importarlos en dicho país;

201 que, además, cuando una empresa que ocupa una posición dominante y se halla establecida en el mercado común pretende eliminar a un competidor establecido también en dicho mercado, es irrelevante la cuestión de si dicha conducta afecta al comercio entre los Estados miembros una vez que ha quedado acreditado que esa eliminación tendrá repercusiones en la estructura de la competencia en el mercado común;

202 que de ello se deriva que la negativa a abastecer a un cliente antiguo y regular que compra para revender en otro Estado miembro influye en el movimiento habitual del comercio y tiene un efecto apreciable sobre el comercio entre los Estados miembros;

203 que resulta justificada la conclusión de la Decisión según la cual UBC había infringido el artículo 86 del Tratado al negarse a servir los pedidos de Olesen.

Sección 2. La política de precios

Apartado 1. Precios discriminatorios

204 Considerando que todos los plátanos comercializados por UBC con la marca Chiquita en el mercado de referencia tienen el mismo origen geográfico, son de la misma variedad (Cavendish-Valery) y de calidad prácticamente idéntica;

205 que son descargados en dos puertos, Rotterdam y Bremerhaven, donde los costes de desembarque sólo difieren en unos pocos centavos de dólar por caja de 20 kg y revendidos, salvo a Scipio y en Irlanda, en las mismas condiciones de venta y de pago, tras haber sido cargados en los vagones o camiones de los compradores, a un precio medio por caja comprendido entre 3 y 4 dólares, que subió a 5 dólares en 1974;

206 que los precios del transporte desde los puertos de desembarque a los lugares de maduración y, en su caso, el importe de los derechos del Arancel Aduanero Común corren a cargo del comprador, salvo en Irlanda;

207 que, en tales circunstancias, se habría podido esperar que UBC ofreciera a todos los clientes que se abastecían en Rotterdam o Bremerhaven el mismo precio de venta para los plátanos Chiquita.

208 Considerando que la Comisión reprocha a la demandante el aplicar cada semana a los plátanos vendidos con su marca, y ello sin razón objetiva alguna, un precio de venta que difiere sensiblemente en función del Estado miembro en que están establecidos sus clientes;

209 que esta política de precios diferentes según los Estados miembros a los que se destinan los plátanos se aplicó, al menos desde el año 1971, a los clientes de la República Federal de Alemania, de los Países Bajos y de la UEBL, a los que se sumaron, a partir de enero de 1973, los de Dinamarca y desde noviembre de 1973, los de Irlanda;

210 que la media anual de las diferencias semanales máximas registradas entre dos destinos fue de un 17,6 % en 1971, de un 11,3 % en 1972, de un 14,5 % en 1973 y de un 13,5 % en 1974;

211 que las máximas diferencias semanales (precio por caja) se dieron entre los clientes alemanes, por una parte y los clientes belgo-luxemburgueses y neerlandeses, por otra:

- en 1971 de un 32 % y de un 37 %,
- en 1972 de un 21 % y de un 30 %,
- en 1973 de un 18 % y de un 43 %,
- en 1974 de un 25 % y de un 54 %, respectivamente,

y entre los clientes daneses, por una parte, y los clientes belgo-luxemburgueses y neerlandeses, por otra:

- en 1973 de un 24 % y de un 54 %,
- en 1974 de un 16 % y de un 17 %;

212 que el precio exigido a los clientes belgas era por término medio un 80 % superior al pagado por los clientes irlandeses;

213 que había una diferencia máxima de 138 % entre el precio de entrega en Rotterdam aplicado por UBC a sus clientes irlandeses y el precio for en Bremerhaven aplicado a los clientes daneses, es decir, que el precio pagado por los clientes daneses era 2,38 veces superior al pagado por los clientes irlandeses;

214 que la Comisión califica estos hechos de abuso de posición dominante, por aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales por prestaciones equivalentes, ocasionándoles con ello una desventaja en términos de competencia.

215 Considerando que la parte demandante declara que sus precios se determinan por la ley del mercado y que por lo tanto no pueden considerarse discriminatorios;

216 que, por lo demás, la diferencia media de precios de los plátanos Chiquita entre los mercados nacionales de que se trata sólo fue del 5 % en 1975;

217 que cada semana el precio se calcula de modo que refleje en la medida de lo posible de manera anticipada el precio de mercado de los plátanos maduros Chiquita durante la semana siguiente en cada mercado nacional;

218 que este precio fijado por la Central de Rotterdam tras conversaciones y negociaciones entre los representantes locales de la parte demandante y los maduradores-distribuidores debe obligatoriamente tener en cuenta las características propias de la situación de la competencia en cuyo marco operan los maduradores-distribuidores en cada país;

219 que su justificación objetiva se encuentra en el precio medio de mercado previsto;

220 que estas diferencias de precio se deben a los factores fluctuantes del mercado, tales como el tiempo, la mayor presencia de frutas de temporada en un mercado que en otro, el comportamiento de los consumidores, las vacaciones, huelgas o medidas gubernamentales, los tipos de cambio diferentes;

221 que, en suma, la Comisión exige a la parte demandante que adopte las medidas oportunas para crear un mercado único del plátano, cuando ella misma no ha sido capaz de establecerlo;

222 que, hasta que las Instituciones comunitarias no hayan creado los mecanismos de un mercado único del plátano y mientras los diversos mercados sigan siendo nacionales y respondan a sus relaciones peculiares entre la oferta y la demanda, será imposible evitar que existan diferencias de precios entre dichos mercados.

223 Considerando que se deduce de las respuestas dadas por UBC a las solicitudes de información de la Comisión (cartas de 14 de mayo, 13 de septiembre, 10 y 11 de diciembre de 1974 y 13 de febrero de 1975) que UBC aplica a sus clientes cada semana, por sus plátanos vendidos con la marca Chiquita, un precio de venta que difiere en las proporciones señaladas por la Comisión según el Estado miembro en el que éstos ejercen su profesión de maduradores-distribuidores;

224 que las diferencias entre estos precios pueden llegar a ser de un 30 a un 50 % ciertas semanas, pese a que las prestaciones ofrecidas son equivalentes (excepto para el grupo Scipio, con la particularidad de que los plátanos procedentes de las instalaciones de maduración de Scipio se venden al mismo precio que los vendidos por los maduradores-distribuidores);

225 que, en efecto, los plátanos vendidos por UBC provienen de los mismos barcos, descargados con los mismos costes en Rotterdam o en Bremerhaven, y que las diferencias de precio afectan a cantidades sustancialmente iguales de plátanos de la misma variedad, de madurez similar, de calidad casi idéntica, vendidos con la misma marca Chiquita en las mismas condiciones de venta y de pago, para ser cargados en los medios de transporte de los compradores, que por lo demás están obligados a pagar los derechos de aduana y el transporte a partir de los puertos así como los gravámenes fiscales;

226 que esta política de precios discriminatorios ha sido aplicada por UBC a sus clientes de Alemania, de los Países Bajos y de la UEBL desde 1971, a los que vinieron a sumarse los de Dinamarca, desde principios de 1973, y los de Irlanda desde noviembre de 1973;

227 que, si bien no incumbe a la parte demandante establecer un mercado único del plátano, esta última sólo puede intentar obtener del mercado «lo que éste pueda soportar» si respeta las normas de regulación y coordinación del mercado establecidas por el Tratado;

228 que, si bien puede comprenderse que las diferencias en gastos de transporte, fiscalidad, derechos de aduana, salarios de la mano de obra, condiciones de comercialización y las diferencias de paridad de las monedas e intensidad de la competencia puedan llevar a niveles de precio de reventa al por menor diferentes según los Estados miembros, estos son datos que UBC sólo debe tomar en consideración en cierta medida, ya que vende un producto rigurosamente idéntico y en el mismo lugar a los distribuidores-maduradores, que son los únicos que han de soportar los riesgos del mercado frente a los consumidores;

229 que el juego de la oferta y la demanda, por su propia naturaleza, sólo debería aplicarse en las fases en que realmente actúa;

230 que se alteran los mecanismos del mercado si el precio se calcula tomando en consideración no la ley de la oferta y la demanda entre el vendedor (UBC) y el comprador (los distribuidores-maduradores), sino, saltándose un escalón del mercado, entre el vendedor y el consumidor final;

231 que de este modo, por su posición dominante, UBC, informada por sus representantes locales, podía de hecho imponer su precio de venta al comprador intermedio, y que dicho precio, así como el contingente semanal adjudicado, no se fijaba ni se comunicaba al cliente hasta cuatro días antes de la arribada del barco que transportaba la mercancía;

232 que estos precios discriminatorios según los Estados miembros constituían otros tantos obstáculos a la libre circulación de las mercancías, cuyo efecto se acentuaba por la cláusula que prohibía vender plátanos verdes y por las limitaciones en el suministro de las cantidades solicitadas;

233 que de este modo se había creado una compartimentación rígida de los mercados nacionales a unos niveles de precios artificialmente diferentes, que ocasionaba a ciertos distribuidores-maduradores una desventaja en términos

de competencia, y que esta última resultaba así falseada con respecto a la situación que habría debido existir;

234 que, por lo tanto, constituía una explotación abusiva de una posición dominante la política de precios desiguales, que permitía a UBC aplicar a quienes mantenían relaciones comerciales con ella condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, imponiéndoles una desventaja competitiva.

Apartado 2. Precios no equitativos

235 Considerando que la Comisión opina que UBC abusó asimismo de su posición dominante al aplicar precios de venta no equitativos, concretamente precios que dicha institución considera «exagerados en relación con el valor económico de la prestación realizada», a sus clientes alemanes (a excepción del grupo Scipio), daneses, neerlandeses y de la UEBL;

236 que la política de compartimentación del mercado de referencia permitió a UBC aplicar a los plátanos Chiquita unos precios protegidos de una auténtica competencia y entre los que se registraban frecuentemente diferencias elevadas, para un producto alimenticio de gran consumo, que no pueden justificarse objetivamente;

237 que estas diferencias revelan en su opinión que los precios más elevados son excesivos al compararlos con los precios más bajos, máxime teniendo en cuenta que estos últimos son rentables;

238 que, tras una carta de UBC de 10 de diciembre de 1974, a la Comisión le pareció oportuno, sin analizar la estructura de costes de UBC, considerar representativos los precios que ésta aplicaba a sus clientes irlandeses y concluir que las diferencias entre los precios cif Dublín con entrega en Rotterdam y los demás precios aplicados por UBC en sus ventas for en Rotterdam o en Bremerhaven representaban beneficios de igual magnitud que estas diferencias;

239 que los precios aplicados por UBC a sus clientes alemanes (a excepción del grupo Scipio), daneses, neerlandeses y de la UEBL eran netamente superiores, a veces en un 100 %, a los precios aplicados a los clientes irlandeses e implicaban a su juicio un beneficio muy elevado y exagerado en relación con el valor económico de la prestación realizada;

240 que estas observaciones adquieren aún mayor relieve si se tiene en cuenta que existe una diferencia de precio del 30 al 40 % entre los plátanos Chiquita y los plátanos sin marca, aunque la calidad de estos últimos sólo es ligeramente inferior a la de los plátanos con marca, y que el precio de los plátanos sin marca y de calidad comparable, vendidos por sus principales competidores, es menos elevado, pese a lo cual sus empresas son rentables;

241 que, a la vista de esta situación, la Comisión considera adecuada una reducción del nivel de precios de al menos un 15 % en los aplicados por UBC a sus clientes del mercado de referencia, a excepción de los irlandeses, ya que los precios no equitativos que aplica constituyen, a su juicio, un abuso de posición dominante por parte de UBC.

242 Considerando que la parte demandante –oponiéndose a la tesis de la Comisión– pone de relieve el muy bajo precio de los plátanos en todos los niveles de la cadena platanera, como muestra el hecho de que una tonelada de plátanos importada a Alemania en 1956 al precio de 697 DM tiene un precio de sólo 458 DM en 1973, lo que corresponde a una disminución del 50 % en términos reales;

243 que el razonamiento de la Comisión para demostrar que UBC aplica precios excesivos es erróneo, ya que se basa en la carta de 10 de diciembre de 1974 –que indicaba «que UBC había vendido plátanos a los maduradores irlandeses a precios que le dejaban un margen considerablemente más reducido que en otros Estados miembros»– cuyos términos, redactados antes del 31 de diciembre de 1974, fecha de cierre del ejercicio financiero, fueron desmentidos en dos ocasiones diferentes por la parte demandante, y que de un documento anexo al recurso resulta que los precios aplicados en Irlanda produjeron pérdidas a UBC;

244 que, por consiguiente, resulta arbitrario partir de los precios irlandeses, aplicados durante algunos meses para acceder a aquel mercado, que sólo

representó el 1,6 % de las cantidades totales importadas en el mercado de referencia en 1974, para calcular los beneficios obtenidos en el resto del mercado de referencia y en años anteriores, cuando en realidad los precios aplicados no permitieron obtener beneficios entre 1970 y 1974, ambos incluidos, en el mercado de referencia;

245 que la demandante considera justificada la diferencia de los precios entre los plátanos con marca y los desprovistos de ésta, ya que las precauciones tomadas desde la recolección hasta la venta al consumidor explican ampliamente dicha diferencia;

246 que se esfuerza en demostrar, por lo demás, que existen diferencias reales de calidad entre los plátanos Chiquita y las otras marcas, y que la diferencia de precio –por término medio 7,4 % entre 1970 y 1974– está justificada;

247 que la exigencia de rebajar sus precios en un 15 % es incomprensible, ya que son precios que varían cada semana en todo el mercado de referencia, e impracticable, ya que una rebaja de este orden le obligaría a vender a un precio inferior al aplicado por sus competidores plátanos de calidad superior a la de éstos.

248 Considerando que el hecho de que una empresa en posición dominante imponga, de manera directa o indirecta, precios de compra o de venta no equitativos constituye una práctica abusiva condenable con arreglo al artículo 86 del Tratado.

249 que debe, pues, determinarse si la empresa que ocupa dicha posición utilizó las posibilidades que se derivan de ella para obtener en sus transacciones ventajas que no habría conseguido en caso de competencia practicable y suficientemente eficaz;

250 que en el presente caso se ha calificado de abuso el hecho de exigir un precio excesivo, sin relación razonable con el valor económico de la prestación realizada;

251 que la exageración en el precio podría apreciarse objetivamente si fuera posible medirla comparando el precio de venta del producto con su precio de

coste, comparación de la que se deduciría la magnitud del margen de beneficio pero que no llevó a cabo sin embargo la Comisión, que no analizó la estructura de costes de UBC;

252 que se trataría entonces, de apreciar si existe una desproporción excesiva entre el coste efectivamente soportado y el precio efectivamente exigido y, en caso afirmativo, examinar si se ha impuesto un precio no equitativo, en términos absolutos o en comparación con los productos competidores;

253 que se pueden concebir otros métodos –y la doctrina económica ha concebido varios– para determinar los criterios con arreglo a los cuales se considera no equitativo el precio de un producto;

254 que aun teniendo presentes las dificultades no desdeñables y a veces muy grandes de la determinación del precio de coste, que a veces puede exigir un reparto discrecional de los costes indirectos y de los gastos generales y puede presentar importantes diferencias según la importancia de la empresa, su objeto, su complejidad, su extensión territorial, la unicidad o la diversidad de sus productos, el número de sus filiales y su imbricación, en el caso de los plátanos la determinación del precio de coste no parece plantear problemas imposibles de resolver;

255 que, en efecto, en el presente caso, un estudio realizado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, de 10 de febrero de 1975, revela que la estructura de la producción, del embalaje, del transporte, de la comercialización y de la distribución de los plátanos habría podido permitir calcular aproximadamente el precio de coste de dicha fruta y, por lo tanto, apreciar, a la vista de su precio de venta a los maduradores-distribuidores, si este último era excesivo;

256 que la Comisión estaba obligada, al menos, a requerir información a UBC sobre todos los elementos que integraban su precio de coste;

257 que hubiera podido ser discutible la veracidad de los documentos presentados, pero en tal caso, se habría tratado de una cuestión de prueba;

258 que la Comisión deduce la existencia de un precio excesivo del examen de las diferencias –excesivas en su opinión– entre los precios aplicados en los

diferentes Estados miembros, puestas en relación con la política de precios discriminatorios examinada anteriormente;

259 que dicha institución tomó como base de su demostración la carta de la parte demandante de 10 de diciembre de 1974 que reconocía que el margen que le dejaba la venta de plátanos a los maduradores irlandeses era considerablemente más reducido que el obtenido en ciertos Estados miembros, de lo que dedujo que las diferencias entre los precios cif Dublín con entrega en Rotterdam y los demás precios aplicados por UBC para sus ventas for en Rotterdam y en Bremerhaven representaban beneficios de igual magnitud que estas diferencias;

260 que, al comprobar que los precios aplicados a los maduradores de otros Estados miembros eran netamente superiores, a veces en un 100 %, a los aplicados los clientes irlandeses, llegó a la conclusión que UBC obtenía beneficios muy elevados.

261 Considerando que la Comisión no tuvo, sin embargo, en cuenta en este razonamiento varias cartas de UBC acompañadas de un documento confidencial que desmiente los términos de la carta de 10 de diciembre de 1974 e indica que los precios aplicados en Irlanda le habían producido pérdidas;

262 que la demandante añade que los precios aplicados en el mercado de referencia no le permitieron obtener beneficios en los últimos cinco años, salvo en 1975;

263 que estas afirmaciones de la demandante no están respaldadas por documentos contables justificativos de las cuentas consolidadas del grupo UBC, y ni siquiera de las cuentas consolidadas a nivel del mercado de referencia;

264 que, por dudosa que resulte la fiabilidad de los datos aportados por UBC (en particular el documento ya citado que calcula las «pérdidas» en el mercado irlandés en 1974 sin justificación seria), la Comisión no deja de estar obligada a probar que la parte demandante aplicaba precios no equitativos;

265 que en razón de los argumentos contrarios de UBC, insuficientemente refutados por la Comisión, la base de cálculo adoptada por ésta para demostrar

que los precios eran excesivos resulta criticable, y sobre este punto concreto existe una duda que debe beneficiar a la parte demandante, máxime cuando desde hace veinte años el precio del plátano en términos reales no ha aumentado en el mercado de referencia;

266 que si bien es cierto que existe una diferencia de precio entre los plátanos Chiquita y sus principales competidores, ésta es aproximadamente del 7 %, porcentaje no discutido y que no puede considerarse automáticamente exagerado ni, por lo tanto, no equitativo;

267 que, por consiguiente, la Comisión ha probado suficientemente los hechos y apreciaciones en que se había basado para condenar a UBC por haber impuesto directa o indirectamente precios no equitativos de venta de plátanos;

268 que procede, pues, anular la letra c) del artículo 1 de la Decisión.

Capítulo III. La regularidad del procedimiento

Sección 1. Los motivos de recurso relativos a la violación del derechos de defensa

269 Considerando que la parte demandante critica la rapidez con que se desarrolló el procedimiento administrativo oficial, los errores materiales contenidos en el pliego de cargos, que ella señaló y que no fueron rectificados –como, por ejemplo, los supuestos beneficios obtenidos en Irlanda– la brevedad o ambigüedad de la motivación de ciertos cargos, como el relativo a los precios no equitativos, y opina que esta conducta de la Comisión vulneró su derecho de defensa.

270 Considerando que el artículo 11 de Reglamento nº 99/63/CEE de la Comisión, de 25 de julio de 1963, señala que ésta «tomará en consideración el tiempo necesario para establecer las observaciones» y que el plazo para ello «no podrá ser inferior a dos semanas»;

271 que, tras una investigación preliminar de casi un año de duración, el procedimiento administrativo se inició el 19 de marzo de 1975;

272 que UBC tuvo dos meses (del 11 de abril de 1975 al 12 de junio de 1975) para presentar sus observaciones y fue ella quien solicitó que se celebrase la audiencia del 24 de junio de 1975, de acuerdo con lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 19 del Reglamento nº 17, de 6 de febrero de 1962;

273 que estas fechas evidencian que el procedimiento respetó los plazos normales y no puede calificarse de precipitado.

274 Considerando que, en lo que se refiere a la imputación de motivación insuficiente de los cargos, el artículo 4 de Reglamento nº 99/63 dispone que, en sus Decisiones, la Comisión solamente mantendrá los cargos respecto de los cuales el destinatario haya podido manifestar su punto de vista;

275 que el pliego de cargos responde a este requisito cuando enuncia, con brevedad pero claramente, los hechos esenciales en los que se basa la Comisión;

276 que, en su Comunicación de 19 de marzo de 1975, la Comisión expuso claramente los hechos esenciales en los que basaba los cargos imputados, e indicó en qué medida UBC ocupaba una posición dominante y la había explotado abusivamente;

277 que, por todo ello, en el procedimiento ante la Comisión no se violó el derecho de defensa de las partes;

278 que, en lo que se refiere a los demás cargos, su examen forma parte de la discusión sobre el fondo;

279 que, por lo tanto, este motivo no está fundado.

Sección 2. La pretensión de indemnización de daños y perjuicios de la parte demandante

280 Considerando que la parte demandante alega que la actitud de la Comisión durante el desarrollo del procedimiento estuvo marcada por la parcialidad;

281 que, para intentar justificar este motivo de recurso, cita la exageración de las diferencias de precios entre los países considerados por la Comisión, la descripción, que califica de errónea, de los progresos realizados por UBC en el mercado irlandés; la presentación falaz de un estudio de la FAO relativo a la competencia entre los plátanos y las frutas de verano; la afirmación de que «los plátanos sólo pueden transportarse verdes», y la presentación inexacta de la reducción de los suministros a Olesen.

282 Considerando que el examen de la exactitud de tales imputaciones corresponde al fondo del asunto y que las partes han expuesto largamente sus puntos de vista sobre los mismos;

283 que nada permite afirmar que la Comisión haya hecho tales citas de manera tendenciosa.

284 Considerando que la parte demandante declara haber sufrido un perjuicio moral porque un agente de la Comisión, antes de aprobarse la Decisión, hizo a un periódico comentarios denigrantes sobre la conducta comercial de UBC, comentarios recogidos por la prensa mundial y que hicieron parecer probada la existencia de las infracciones alegadas cuando los interesados no habían hecho valer todavía sus medios de defensa;

285 que, por esta razón, la Comisión no estaba en condiciones de apreciar serenamente los hechos y alegaciones expuestas por la parte demandante.

286 Considerando que no hay ningún elemento en los autos que permita presumir que la Decisión impugnada no habría sido adoptada o habría tenido un contenido diferente sin estas manifestaciones controvertidas que, en sí mismas, son lamentables;

287 que nada indica que la Comisión tomara una actitud que pudiera haber alterado el normal desarrollo del procedimiento;

288 que, por lo tanto, debe desestimarse la pretensión de indemnización de daños y perjuicios deducida contra la Comisión.

Capítulo IV. Las sanciones

289 Considerando que la Comisión, para imponer una multa de un millón de unidades de cuenta por las cuatro infracciones que consideró cometidas por UBC, afirmando que esta última «había incurrido, al menos, en negligencia», tuvo en cuenta la gravedad y duración de las mismas y la importancia de la empresa.

290 Considerando que, en lo que se refiere a la gravedad de las infracciones, la Comisión las situó en su contexto económico y jurídico, teniendo en cuenta su interrelación y sus consecuencias manifiestamente contrarias a los objetivos de integración de los mercados y el hecho de que el plátano es un producto de gran consumo.

291 Considerando que, en lo que se refiere a la duración de las infracciones, la Comisión consideró que la prohibición de revender plátanos verdes sólo debía tomarse en consideración desde enero de 1967 hasta el 15 de noviembre de 1968, fecha en que se notificaron a la Comisión las condiciones generales de venta para los Países Bajos;

292 que de ello resulta que, por lo que respecta a la conducta de UBC posterior al 15 de noviembre de 1968, que permaneció dentro de los límites de la actividad a que se refiere la notificación, no procede imputar negligencia alguna a UBC, y por lo demás no se impuso multa alguna por dicha conducta;

293 que, además, en el procedimiento de medidas provisionales del 5 de abril de 1976, la Comisión tomó nota de la modificación de la cláusula controvertida, si bien señaló que habría debido adoptarse con anterioridad.

294 Considerando que, según la Comisión, los pedidos de plátanos Chiquita de Olesen dejaron de servirse desde el 10 de octubre de 1973 hasta el 11 de febrero de 1975, y que la Comisión afirma haber tenido en cuenta que UBC puso fin espontáneamente a esta infracción.

295 Considerando que la conducta relativa a la política de precios existía al menos desde el año 1971 en relación con los clientes de UBC establecidos en

Alemania, en los Países Bajos y en la UEBL, desde enero de 1973 con los clientes daneses y desde noviembre de 1973 con los clientes irlandeses.

296 Considerando que, por último, según la Comisión, la cuantía de la multa se fijó en un millón de unidades de cuenta teniendo en cuenta el volumen de negocios total de UBC, que es aproximadamente de dos mil millones de dólares, y el de cincuenta millones de dólares obtenido con los plátanos en el mercado de referencia, así como los elevadísimos beneficios obtenidos gracias a su política de precios.

297 Considerando que, además, para obligar a UBC a poner fin a estas infracciones, en la medida en que no lo hubiera hecho espontáneamente, la Comisión la condenó, bajo pena de multa coercitiva, a comunicar la supresión de la prohibición de revender plátanos verdes a todos sus maduradores-distribuidores establecidos en Alemania, en Dinamarca, en Irlanda, en los Países Bajos y en la UEBL, a más tardar el 1 de febrero de 1976, y a comunicar a la Comisión dos veces por año durante un período de dos años los precios aplicados a dichos clientes durante el semestre precedente.

298 Considerando que la parte demandante afirma que no sabía que ocupara una posición dominante y, por lo tanto, aún menos que hubiera incurrido en una explotación abusiva de la misma, máxime habida cuenta de que hasta ahora la jurisprudencia del Tribunal de Justicia sólo había considerado en posición dominante empresas en situación de monopolio o que controlaban una parte considerable del mercado.

299 Considerando que UBC es una empresa que, por su experiencia en el comercio internacional y nacional, conoce particularmente bien las legislaciones en materia de competencia, cuyas consecuencias ya ha padecido con anterioridad;

300 que al crear un sistema comercial que combinaba la prohibición de vender plátanos verdes, unos precios discriminatorios y unos suministros inferiores a los pedidos, todo ello con la finalidad de conseguir la compartimentación de los mercados nacionales, UBC sabía, o habría debido saber, que las medidas que adoptaba violaban la prohibición establecida por el artículo 86 de Tratado;

301 que, por lo tanto, la Comisión tenía razón al declarar que UBC había cometido tales infracciones, y que había incurrido al menos en negligencia.

302 Considerando que la cuantía de la multa impuesta no parece desproporcionada en relación con la gravedad y la duración de las infracciones (y con la importancia de la empresa);

303 que, no obstante, debe tenerse en cuenta la anulación parcial de la Decisión y reducir, por lo tanto, la cuantía fijada por la Comisión;

304 que resulta justificado reducir la cuantía de la multa a 850.000 (ochocientas cincuenta mil) unidades de cuenta, pagaderas en la moneda nacional de la empresa demandante cuyo domicilio social está situado en la Comunidad, es decir a 3.077.000 florines neerlandeses (tres millones setenta y siete mil florines neerlandeses).

Costas

305 Considerando que a tenor del apartado 2 del artículo 69 del Reglamento de Procedimiento, la parte que pierda el proceso será condenada en costas, si así se hubiere solicitado;

306 que, según el apartado 3 del mismo artículo, en circunstancias excepcionales o cuando se estimen parcialmente las pretensiones de una y otra parte, el Tribunal podrá repartir las costas, o decidir que cada parte abone sus propias costas.

307 Considerando, en cuanto a las costas del procedimiento principal, que uno de los cargos formulados por la Comisión contra la demandante ha sido desestimado, al haberse anulado la parte correspondiente de la Decisión;

308 que cada parte cargará con sus propias costas.

309 Considerando que, por lo demás, procede repartir las costas del procedimiento de medidas provisionales.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA

decide:

1) **Anular la letra c) del artículo 1 de la Decisión de la Comisión «IV/26.699 Chiquita», de 17 de diciembre de 1975 (DO 1976, L 95, pp. 1 y ss.).**

2) **Reducir el importe de la multa impuesta a UBC y a UBCBV a 850.000 (ochocientas cincuenta mil) unidades de cuenta, pagaderas en la moneda nacional de la empresa demandante cuyo domicilio social está situado en la Comunidad, es decir 3.077.000 florines neerlandeses (tres millones setenta y siete mil florines neerlandeses).**

3) **Desestimar el recurso en todo lo demás.**

4) **Cada parte cargará con sus propias costas, incluidas las del procedimiento de medidas provisionales.**

Kutscher Sørensen Bosco

Donner Mertens de Wilmars Mackenzie Stuart Touffait

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 14 de febrero de 1978.

El Secretario
A. Van Houtte

El Presidente
H. Kutscher

INDICE

Fundamentos de Derechos 71

Capítulo I. La existencia de una posición dominante 74
Sección I. El mercado de referencia 74
Apartado 1. El mercado del producto 75
Apartado 2. El mercado geográfico 78
Sección 2. La posición de UBC en el mercado de referencia 81
Apartado 1. La estructura de UBC 83
Apartado 2. La situación de la competencia 86

Capítulo II. La explotación abusiva de dicha posición dominante 90
Sección 1. El comportamiento en relación con los maduradores 90
Apartado 1. La cláusula de prohibición de reventa de plátanos verdes .. 90
Apartado 2. La negativa a continuar sus ventas a Olesen 95
Sección 2. La política de precios 100
Apartado 1. Precios discriminatorios 100
Apartado 2. Precios no equitativos 105

Capítulo III. La regularidad del procedimiento 110
Sección 1. Los motivos de recurso relativos a la violación del derechos de defensa 110
Sección 2. La pretensión de indemnización de daños y perjuicios de la parte demandante 111

Capítulo IV. Las sanciones 113

Costas 115

Fallo 116