II

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

COMISIÓN

DECISIÓN DE LA COMISIÓN

de 13 de julio de 1994

relativa a un procedimiento de aplicación del artículo 85 del Tratado CE

(IV/C/33.833 — cartoncillo)

(Los textos en lenguas española, alemana, inglesa, francesa, italiana y neerlandesa son los únicos auténticos)

(94/601/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 España y de Portugal,

Vista la Decisión de la Comisión de 21 de diciembre de 1992 de incoar un procedimiento de oficio,

Después de haber ofrecido a las partes interesadas 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 nº 99/63/CEE 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 del Consejo [2],

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

Considerando lo que sigue:

[1] DO nº 13 de 21. 2. 1962, p. 204/62.
[2] DO nº 127 de 20. 8. 1968, p. 2268/63.

PARTE I

HECHOS

A. RESUMEN DE LA INFRACCIÓN

(1) La presente Decisión, por la que se imponen multas por una infracción del artículo 85 del Tratado, tiene su origen en las investigaciones efectuadas por la Comisión en abril de 1991. Los agentes de la Comisión, actuando con arreglo al apartado 3 del artículo 14 del Reglamento nº 17, visitaron los locales de una serie de fabricantes de cartoncillo, así como de sus filiales y agentes de venta en la Comunidad. Mediante dichas verificaciones y en virtud de la información recabada con arreglo al artículo 11 del Reglamento nº 17, la Comisión halló pruebas documentales que demostraban que las siguientes empresas habían infringido el artículo 85:

— Buchmann GmbH

— Cascades SA

— Enso-Gutzeit Oy

— Europa Carton AG

— Finnboard-the Finnish Board Mills Association

— Fiskeby Board AB

— Gruber & Weber GmbH & Co & KG

— Kartonfabriek «De Eendracht» NV (que actúa comercialmente como «BPB de Eendracht»)

— NV Koninklijke KNP BT NV (anteriormente Koninklijke Nederlandse Papierfabrieken NV)

— Laakmann Karton GmbH & Co KG

— Mayr-Melnhof Kartongesellschaft mbH

— Mo Och Domsjö AB (MoDo)

— Papeteries de Lancey SA

— Rena Kartonfabrik AS

— Sarrió SpA

— SCA Holding Ltd [anteriormente Reed Paper & Board (UK) Ltd]

— Stora Kopparbergs Bergslags AB

— Enso Española SA (anteriormente Tampella Española SA)

— Moriz J. Weig GmbH & Co KG.

(2) La infracción consiste en haber participado, desde mediados de 1986 hasta, al menos, abril de 1991 (en la mayoría de los casos), en un acuerdo y práctica concertada mediante los cuales los productores de cartoncillo de la Comunidad, de forma concertada, en complicidad e infringiendo el artículo 85:

— celebraban periódicamente una serie de reuniones secretas e institucionalizadas con objeto de discutir y acordar un plan industrial común para restringir la competencia;

— acordaban unos incrementos periódicos de precios para cada una de las calidades del producto en las respectivas monedas nacionales;

— planeaban e imponían unos incrementos uniformes de precios de forma simultánea en toda la Comunidad;

— llegaban a un acuerdo para mantener las cuotas de mercado de los principales fabricantes en niveles constantes (sujetos a modificación de forma esporádica);

— aplicaban medidas concertadas para controlar el suministro del producto en la Comunidad con el fin de garantizar la efectividad de los mencionados incrementos de precios;

— intercambiaban información comercial (sobre entregas, precios, interrupciones de producción, carteras de pedidos, porcentaje de utilización de la maquinaria, etc.) para reforzar las citadas restricciones.

B. EL SECTOR DEL CARTONCILLO

1. Producto

(3) El cartoncillo (también denominado«paperboard») es un material rígido producido a partir de fibras de madera y utilizado sobre todo para la fabricación de cajas plegables para el envasado de productos de alimentación y otros bienes de consumo no alimenticios. También se utiliza para fabricar cartulina para artes gráficas.

La fabricación del cartoncillo se puede realizar a partir de una serie de métodos consistentes todos ellos en dispersar las fibras en agua, con una concentración del 1 %, y moldearlas en láminas tras separar el agua y secar el depósito de fibra.

Con objeto de satisfacer las distintas necesidades de los usuarios finales se ha desarollado una gran variedad de calidades de cartoncillo. La calidad del material depende, en gran medida, de la elección de la fibra utilizada, así como de su tratamiento durante el proceso de fabricación. Por lo general, el cartoncillo se fabrica y vende en forma de hojas que combinan distintas capas de material elaborado a partir de distintos tipos de pulpa. Normalmente, en la cara que aparece blanca, el cartoncillo va satinado o laminado con varios tipos de materiales para mejorar su aspecto o permitir otras aplicaciones concretas. La distinción básica se efectúa entre el cartoncillo fabricado a partir de fibras primarias de madera y fabricado con papel reciclado.

(4) Las principales calidades de cartoncillo producidas en Europa occidental son las siguientes:

— Cartoncillo para cajas plegables (folding boxboard = FBB): se compone de una capa exterior blanca fabricada con pasta química blanqueda, una capa intermedia de pasta mecánica o quimicomecánica y, a menudo, una fina capa inferior de pasta química blanqueada. El FBB se suele utilizar para el embalaje de productos alimenticios, cosméticos, cigarrillos, medicamentos, etc.

— Cartoncillo de tercera (White-lined chipboard = WLC): también conocido en la Europa occidental continental como «duplex» o «triplex», fabricado a partir de fibra secundaria o recuperada. Este producto se hace a partir de pasta química blanqueada en su parte exterior y de papel reciclado en sus capas interiores; normalmente se utiliza para el embalaje de productos no alimentarios.

— Cartoncillo blanco homogéneo (Solid Bleached Sulphate = SBS): un cartoncillo compuesto por varias capas fabricadas con pasta química blanqueada que es blanco en todo su grosor. Se utiliza también principalmente para el embalaje de productos alimentarios, cosméticos, medicamentos y cigarrillos.

Algunos otros productos de cartón (por ejemplo el cartón gris fabricado íntegramente con papel reciclado) pueden producirse con la misma maquinaria, pero no responden a la definición de «cartoncillo» que utilizan los propios fabricantes, por lo que no se encuadran en el presente procedimiento.

La designación normal del producto y las abreviaturas comúnmente utilizadas en el sector en Europa occidental son las alemanas:

— las calidades FBB satinadas y sin satinar se denominan «GC» y «UC» respectivamente;

— las calidades «duplex» de WLC satinadas y sin satinar se denominan «GD» y «UD», respectivamente, mientras que las calidades «triplex» se denominan «GT» y «UT»;

— las calidades SBS satinadas y sin satinar se denominan «GZ» y «UZ» respectivamente.

Estas calidades tienen a su vez varias subdivisiones: por ejemplo, la diferencia entre GC1 y GC2 estriba en la capa posterior utilizada, mientras que GD1 y GD2 se diferencian por su volumen específico, etc. Todo el sector de productos de fibra virgen se denomina a menudo, por comodidad, «categorías GC», mientras que todas las categorías en las que se utiliza papel reciclado se denominan «categorías GD». En la presente Decisión se adoptarán estas denominaciones cuando sea necesario.

2. **Magnitud y valor del mercado**

(5) Debido, entre otras cosas, a las definiciones divergentes de los productos, la estimación de la magnitud del mercado del cartoncillo puede variar.

En el presente procedimiento, la Comisión ha empleado la clasificación que los fabricantes involucrados en el presente procedimiento han utilizado para su propio sistema de intercambio estadístico (véase más adelante, considerando 61).

La producción total de cartoncillo de los fabricantes de Europa occidental en 1990 (el último año completo durante el cual persistió la infracción) ascendió a casi 4,2 millones de toneladas, de las cuales aproximadamente una sexta parte se exportó a los mercados de ultramar.

Se produjeron cerca de 2 400 000 toneladas en la Comunidad, de las cuales un 70 % correspondía a las calidades GD. La producción de los países nórdicos fue de 1 300 000 toneladas (casi todo GC y SBS), mientras que en Austria se fabricaron alrededor de 340 000 toneladas de calidad GD.

En Europa occidental (Comunidad y AELC), el consumo de cartoncillo (incluyendo todas las categorías) fue en 1990 de aproximadamente 3,5 millones de toneladas. De esta cifra 1,3 millones de toneladas corresponde a las categorías GC (37 % de tonelaje), 1,9 millones de toneladas a las categorías GD (54 %) y 0,3 millones de toneladas a la categoría SBS (9 %).

El consumo de cartoncillo durante 1990 en los doce Estados miembros fue aproximadamente de 3 090 000 toneladas de las cuales 1 150 000 toneladas correspondían a las categorías GC y 1 700 000 toneladas a las categorías GD. Francia, Alemania, Italia y el Reino Unido representan cerca del 80 % del consumo comunitario.

Las importaciones procedentes de países de la AELC, principalmente de Suecia y de Finlandia representaron el 30 % del mercado comunitario.

El cuadro 1 recoge los detalles de la producción, ventas y consumo en 1990.

En 1990, el valor del mercado comunitario del cartoncillo alcanzó los 2 500 millones de ecus aproximadamente.

(6) El mercado del cartoncillo de Europa occidental se ha caracterizado en los últimos 30 años por un fuerte crecimiento. El índice de crecimiento anual de la producción ha sido en este sector más elevado que en el resto de la industria: en la década de los años ochenta, por ejemplo, el crecimiento del sector del cartoncillo alcanzó en Europa occidental un índice del 3 % anual, mientras que en la industria en general sólo llegó al 1,5 %.

En el período de cuatro años comprendido entre 1987 y 1990, el consumo de cartoncillo aumentó un 18,6 %. No obstante, en 1991 esta tendencia se invirtió y la demandas disminuyó un 2,2 %.

Durante la segunda mitad de la década de los años ochenta, la demanda de calidades GC (fibra virgen) aumentó a un ritmo casi tres veces superior a la de GD (fibra reciclada).

En 1990 se invirtió la tendencia hacia las calidades GC, aumentado las ventas de GD en la Comunidad aproximadamente un 11 % con relación a 1989, mientras que las ventas de GC disminuyeron un 1 %.

Esta vuelta a las calidades GD se explica por una serie de factores: una mayor concienciación de los temas medioambientales entre el gran público; un aumento en la diferencia de precios entre las calidades GC y GD a finales de 1989, momento en que los precios de GC aumentaron, pero no los de GD; y una mejora del aspecto de ciertas calidades GD que hacían que el producto se pareciese más a las calidades GC.

3. **Productores**

(7) El abastecimiento del mercado comunitario del cartoncillo corre en gran parte a cargo de fabricantes europeos de GC situados fuera de la Comunidad, especialmente en Suecia y Finlandia.

El sector de GC está dominado por varios grandes grupos de fabricantes nórdicos de productos derivados de la madera, quienes, tras una reciente restructuración del sector y una serie de adquisiciones, han conseguido actualmente implantar una parte importante de su producción de cartoncillo en la Comunidad. El mayor productor europeo de calidades GC es el grupo sueco Stora, con una producción anual de aproximadamente 450 000 toneladas. Dos tercios de la producción de GC de Stora proceden de sus fábricas Kopparfors situadas en Suecia, mientras que el resto procede de las

instalaciones de Feldmühle, adquiridas por Stora en 1990 (Feldmühle también fabrica las calidades GD). Otro de los fabricantes suecos importantes, el grupo MoDo, fabrica 200 000 toneladas de cartoncillo GC, la mayoría en su fábrica del Reino Unido, situada en Workington, Cumbria: la producción de MoDo en Suecia consiste casi totalmente en SBS. Los cuatro (en 1991) fabricantes finlandeses de calidades GC —Metsä-Serla, Kyro, Tampella y United Paper Mills— representan conjuntamente cerca de 500 000 toneladas (todas ellas producidas en Finlandia) y comercializan su producto en la Comunidad y en otros mercados de exportación exclusivamente a través de su organización de ventas Finnboard, propiedad conjunta de todos ellos [1].

(8) Por lo que a las calidades GD se refiere, dos grandes productores, Mayr-Melnhof (M-M) y Sarrió, abarcan la mitad de la capacidad de la producción europea occidental. M-M está domiciliada en Viena, pero también tiene, o controla, fábricas de cartoncillo en Alemania, Suiza (66 % de participación), los Países Bajos y (desde 1991) el Reino Unido. El grupo M-M alcanzaba en 1990 una capacidad de producción de más de 600 000 toneladas en el sector del GD y 90 000 toneladas en el del GC. En 1991 añadió una nueva máquina GD (160 kt/año) en Alemania (y suprimió, al parecer, una máquina existente). A finales de 1992 M-M adquirió otra empresa alemana con lo que su capacidad total es actualmente de unas 850 000 toneladas. Sarrió (integrante del grupo italiano Saffa), es el segundo fabricante europeo más importante de las calidades recicladas y dispone de fábricas en Italia que suponen una capacidad total de 400 000 toneladas GD y 26 000 toneladas GC. Asimismo, tiene dos fábricas en España (Sarrió, Prat). Otros importantes fabricantes de GD en la CE son Stora (tras la adquisición de la antigua Feldmühle), Cascades, Weig y Buchmann. Europa Carton no sólo es fabricante de cartoncillo sino también el mayor fabricante de cajas plegables de Alemania. Fiskeby, empresa sueca, es el único productor nórdico de cartón reciclado.

(9) Algunos grupos, entre ellos Stora, M-M y Cascades son importantes productores de GC y GD.

Los dos principales productores europeos de SBS (GZ y UZ) son MoDo (a través de Iggesunds Bruk en Suecia) con una producción cercana a las 225 000 toneladas en 1990 y Enso-Gutzeit, de Finlandia, con 125 000 toneladas.

Según un estudio basado en la capacidad [2], en 1990, el grupo Stora alcanzó cerca del 14 % de la capacidad total en Europa occidental, seguido por M-M (13 %), Finnboard Mills (11 %), MoDo/Iggesund (10 %), Sarrió/Saffa (8 %), Cascades (7 %), Enso-Gutzeit (3 %) y Weig (2 %).

De esta forma, un 70 % de la producción de cartoncillo (incluidas todas las calidades) estaba en manos de diez fabricantes.

En 1991, tras nuevas adquisiciones y aumentos de capacidad, un nuevo estudio (basado en la producción total) [3] situaba a M-M en primer lugar con un 19,3 %, seguido por Stora (14,2 %), Finnboard (12,4 %) y Sarrió/Saffa (10 %).

4. Consumidores

(10) Los principales consumidores de cartoncillo en la Comunidad son los fabricantes de cajas plegables («converters»), que representan aproximadamente el 60 % del consumo de cartoncillo. Algunos de los productores de cartoncillo fabrican también sus propias cajas como actividad integrada en la misma empresa.

Los fabricantes de cajas adquieren el cartoncillo en pliegos y fabrican cajas plegables siguiendo las exigencias de sus consumidores que son, principalmente, fabricantes de bienes de consumo alimenticios y no alimenticios.

Los consumidores finales de cajas plegables en Europa occidental se dividen, siguiendo una relación de 54 a 46, entre las categorías alimentaria y no alimentaria. Existen cerca de 1 500 fabricantes de cajas en los principales Estados miembros. Las diez empresas más importantes fabrican aproximadamente una cuarta parte del total, lo que refleja la fragmentación del mercado desde el punto de vista del consumidor, aunque cabe señalar que en los últimos años se ha producido una tendencia a una mayor concentración.

Otro consumidor importante de cartoncillo es la industria tipográfica, que utiliza el producto para las artes gráficas.

5. Reestructuración del sector del cartoncillo

(11) Durante la última década, el sector del cartoncillo ha experimentado un sustancial cambio estructural. En 1980, la gran mayoría de la producción de cartoncillo europea procedía de empresas independientes que fabricaban únicamente un producto y sólo actuaban en el sector del cartoncillo. En cambio, en 1990, ya sólo la mitad de la producción procedía de empresas especializadas, y el resto de grandes conglomerados industriales con intereses muy diversificados:

— En 1990, Stora, el grupo sueco más grande de derivados de la madera y propietario de Kop-

[1] Finnboard, que tiene personalidad jurídica en su calidad de «yhdistys» (asociación comercial) inscrita en el registro con arreglo al Derecho finlandés, contaba con seis empresas miembros (dos de ellas no fabricaban cartoncillo) en 1991, cada una de las cuales aportaba un miembro a su consejo de administración. La organización comercial está encabezada por un director ante el que son responsables las distintas secciones comerciales. Contaba con 135 trabajadores en Finlandia y tenía representantes en 43 países, de los cuales 17 eran las propias delegaciones de venta de Finnboard.

[2] Estudio de Finnboard, 16 de mayo de 1990.

[3] «EIU Paper and Packaging Analyst», noviembre de 1991.

parfors, uno de los mayores productores de cartón, adquirió el grupo papelero alemán Feldmühle-Nobel. Feldmühle había ya adquirido en 1988 un 50 % del principal productor francés de cartoncillo, Papeteries Beghin-Corbehem, y el restante 50 % en 1989. El volumen de negocios total del nuevo grupo Stora/Feldmühle gira en torno a los 6 500 millones de ecus. Las operaciones de la antiguas «Kopparfors» y «Feldmühle» en el sector del cartoncillo están ahora integradas en la división Billerud de Stora.

— M-M, que inicialmente era un fabricante de tamaño medio basado en Austria, es actualmente el principal productor de Europa occidental de calidades GD, tras adquirir, primero en 1984, la empresa alemana FS-Karton y, posteriormente, la neerlandesa KNP-Vouwkarton así como una participación importante en la Suiza Deisswil. En octubre de 1991, M-M adquirió también Colthrop Board Mill, el único productor británico de calidades GD y antiguo integrante del grupo Reedpack, Asimismo, a finales de 1992, adquirió la empresa alemana Laakmann.

— AB Iggesunds Bruk, uno de los principales fabricantes europeos de SBS, adquirió el 1 de enero de 1988 la empresa Thames Board Mill («TBM»), importante fabricante de calidades GC situada en Workington, Reino Unido, y a finales de dicho año pasó a su vez a integrarse al 100 % en el grupo papelero MoDo que hasta entonces había controlado una cifra escasamente inferior al 50 % del capital social (se creó un nuevo grupo «MoDo» a partir de los tres grupos MoDo, Iggesund y Holmen, antes independientes).

— En 1985/86, el grupo canadiense Cascades adquirió dos empresas francesas de cartoncillo (Blendeques y La Rochette), así como Duffel, el único productor belga (actualmente clausurado) y la sueca Djupafors, en 1989.

— Reedpack Ltd, creada en 1988 como resultado de la compra por ejecutivos de la empresa de los bienes de fabricación de Reed International PLC [que comprendía a Reed Paper & Board (UK) Ltd («Reed P & B») propietaria de Colthrop Board Mill], fue a su vez adquirida en julio de 1990 por SCA, importante grupo sueco del sector maderero. SCA conservó gran parte de las actividades de la antigua Reedpack, incluyendo Reed P & B, pero vendió Colthrop Mill en otra adquisición por parte de ejecutivos de la empresa (al grupo Field Packaging) en mayo de 1991. A su vez, Field vendió la factoría de Colthrop a M-M en octubre de 1991.

— Saffa, el productor italiano más importante, fusionó su división de cartoncillo con la empresa española Sarrió en 1990 (modificando la denominación de la división de cartoncillo que pasó a llamarse Sarrió) y adquirió en 1991 otra empresa española, Prat Cartón.

— Aussedat-Rey, uno de los principales grupos papeleros franceses y propietario de Papeteries de Lancey, fue adquirido, a su vez, por International Paper, la mayor empresa del mundo de fibra y papel, en junio de 1989.

— Enso-Gutzeit, segundo grupo maderero finlandés e importante fabricante de cartoncillo SBS, adquirió a comienzos de 1993 los productos de serrería, así como las secciones de papel y cartón de Tampella Oy, otra de las empresas finlandesas fabricante de calidades GC y miembro de Finnboard.

— Fiskeby AB, el único productor escandinavo de calidades GD, fue absorbido por la empresa estadounidense Manville Forest Products el 1 de junio de 1990.

— KNP (Koninklijke Nederlandse Papierfabrieken), importante fabricante holandés de papel, adquirió la empresa alemana de fabricación de embalajes Herzberger Papierfabrik Osthushenrich GmbH (incluida la Badische Kartonfabrik) con efecto desde el 31 de diciembre de 1986. Posteriormente, KNP vendió su línea de producción de cartoncillo en los Países Bajos, KNP Vouwkarton, a M-M; la venta surtió efecto el 1 de enero de 1990. A su vez, KNP se fusionó con otras dos empresas papeleras neerlandesas a comienzos de 1993 para formar NV Koninklijke KNP BT NV.

— Europa Carton AG que, a su vez, era propiedad de la empresa estadounidense Stone Container Corporation, incluía entre sus actividades la fabricación de cartoncillo así como de cajas plegables. El 17 de febrero de 1993, Europa Carton AG acordó con FCP, principal fabricante francés de cajas plegables, fusionar sus actividades en una empresa holding de propiedad común. Como parte de la operación, Europa Carton AG incluyó su fabricación de cajas, así como su factoría de cartoncillo, en una nueva compañía denominada Europa Carton Faltschachtel GmbH, que es propiedad de la empresa en común.

6. Comercio entre Estados miembros

(12) Aunque la mayoría del cartoncillo importado en los principales mercados de la Comunidad procede de los países nórdicos, existe también un comercio muy activo entre los propios Estados miembros. En 1990, de un total de 2 400 000 toneladas de cartoncillo producidas en la Comunidad, 620 000 toneladas (25 %) se comercializaron mediante ventas directas efectuadas por los fabricantes de cartoncillo de un Estado miembro a otro. También existe un considerable comercio interestatal de cartoncillo efectuado por intermediarios y a medida que los grandes fabricantes de cajas plegables se integraban más a escala paneuropea, han tendido a abastecerse en grandes cantidades allí donde puedan conseguir las condiciones más favorables. Las importaciones comunitarias procedentes de los paí-

ses nórdicos de la AELC (Suecia, Noruega y Finlandia) fueron de 770 000 toneladas, correspondientes casi en su totalidad a las calidades GC y SBS. Un importante tonelaje (135 000 toneladas) de producto GD se importó en la Comunidad procedente de Austria.

Por lo que se refiere al principal producto acabado (cajas plegables), el 11 % de la producción de Europa occidental circula entre los países de dicha área.

7. **Utilización de la capacidad**

(13) La fabricación de cartoncillo es un proceso altamente automatizado e intensivo en capital. Para que sea viable, una fábrica nueva de tamaño grande debería tener una capacidad de 150 000 a 200 000 toneladas y el coste de su construcción rondaría los 250 millones de ecus. Estas cifras corresponden con las de la nueva factoría de M-M/FS-Karton que comenzó a funcionar en Alemania a finales de 1990.

Los productores de cartoncillo consideran que el régimen óptimo de funcionamiento consiste en utilizar la maquinaria al 100 % de su capacidad durante 24 horas al día y unos 350 a 355 días al año. Para que sea rentable, la maquinaria pesada debe funcionar durante largos períodos, cambiando los productos lo mínimo posible. Cada período de producción está diseñado con objeto de ajustarse a las exigencias del cliente individual o de grupos de clientes. Casi todo el cartoncillo producido en Europa occidental corresponde a unos pedidos concretos: en general no es aconsejable fabricar cartoncillo para guardarlo en stock. Los pedidos previstos para los siguientes días o semanas (cartera de pedidos) son, por consiguiente, un buen indicador de la intensidad de la demanda. Si la cartera de pedidos prevé una producción para menos de dos o tres semanas, los grandes fabricantes suelen considerar la posibilidad de suspender la producción temporalmente («interrupciones de producción») para optimizar su programa de producción y garantizar la continuidad de la calidad del producto. Las empresas más pequeñas suelen ser algo más flexibles.

(14) Los productores de Europa occidental consideran que, en los años anteriores a 1983, el índice de utilización de las máquinas era insuficiente (1980: 83 %; 1981: 85 %; 1982: 84 %; 1983: 91 %).

En 1984 volvió a aumentar la demanda, con lo que también mejoró la utilización que, con un índice de 96 %, pasó a considerarse «adecuada». En 1985 bajó ligeramente la demanda, lo que acarreó un índice de utilización ligeramente inferior.

El sector del cartoncillo consideró que 1986 fue un año bastante bueno, con un 2 % de aumento del consumo y unos menores costes de materias primas y energía.

(15) Entre 1983 y 1986, a raíz del reacondicionamiento de la maquinaria y de la desaparición de los estrangulamientos, los fabricantes finlandeses (las fábricas de Finnboard de calidades GC y de Enzo-Gutzeit de SBS) obtuvieron un considerable incremento de la capacidad de producción, con lo que ésta aumentó en Europa occidental en 150 000 toneladas. No obstante, el considerable aumento de la demanda de cartoncillo durante la década de los años ochenta equilibró el incremento de la capacidad.

Durante 1987 los productores implantaron un nuevo sistema para calcular la capacidad de utilización y llegaron a la conclusión de que el sector del cartoncillo no sufría un exceso de capacidad.

Durante los tres o cuatro años siguientes, el sector funcionó al máximo, o casi, de su capacidad, aunque en 1990 los grandes fabricantes se vieron obligados cada vez más a interrumpir la producción.

8. **Costes, precios y rentabilidad**

(16) El principal factor de coste de las materias primas en el sector del cartoncillo es el precio de la fibra de madera (para las calidades GC) y del papel usado (para las calidades GD).

La fibra de madera para calidades GC suele proceder de Escandinavia o de Norteamérica y supone un 30 %, aproximadamente, del coste del cartoncillo (por lo que a los principales fabricantes de GC se refiere, sus fábricas de cartoncillo están situadas cerca de sus fábricas de fibra de madera y se abastecen en gran medida mediante flujos internos). La práctica totalidad de la producción de fibra se destina a la fabricación de papel, y sólo un 5 %, según estimaciones, del consumo total se transforma en cartoncillo de calidad GC.

Por lo tanto, se considera que el precio que los productores de cartoncillo pagan por la fibra viene determinado en gran parte por la rentabilidad del sector del papel en general, y no por la situación del mercado del cartoncillo del tipo GC. En cambio, cerca del 70 % de papel usado reciclado se utiliza para cartón y el 30 % para papel: en las calidades GD la relación entre el precio del cartón y el precio de la materia prima puede ser más directa que en el caso de la calidad GC y la fibra de madera. No obstante, recientemente, el incremento del precio de la fibra de madera repercute también sobre el precio de la materia prima usada y reciclada. Según los fabricantes, el coste de la materia prima destinada al sector del cartoncillo suele variar paralelamente a los precios de la fibra de madera en el mercado internacional, habiendo ascendido casi un 30 % entre 1986 y 1989 antes de volver a caer en 1990, y nuevamente en 1991 casi hasta el nivel de 1986. Sin embargo, los otros elementos que componen el precio muestran diferentes tendencias y, desde 1982 en adelante, los costes de la energía y de la mano de obra (que representan un 20-25 % de los costes totales) continuaron aumentando, equilibrando así en cierta medida el descenso del coste de las materias primas.

Durante el período de 1986 a 1991 los ingresos reales unitarios del sector del cartoncillo se incrementaron aproximadamente el doble que el importe de sus costes de producción.

Según un estudio de mercado encargado por varios de los fabricantes a efectos del presente procedimiento (véase el considerando 110), el margen de explotación medio obtenido por los fabricantes de Europa occidental sobre sus operaciones de cartoncillo en el período de 1986 a 1991 fue de 162 ecus por tonelada a precios de 1991 (= aproximadamente 20 %) (1).

(17) La diferencia de precio entre las calidades GD y GC es importante: normalmente, el cartoncillo GD de fibra reciclada alcanza un precio que equivale aproximadamente al 70 % del precio del cartoncillo GC2 (aproximadamente, tomando GC 2 = 100, los niveles comparativos de precios serían: GD = 70, GT = 80, GC2 = 100, GC1 = 110 y SBS = 120).

Sin embargo, las calidades GD y GC son intercambiables en muchas aplicaciones. El aspecto estético del cartoncillo reciclado ha mejorado notablemente, lo que hace que se pueda utilizar incluso en presentaciones de alta calidad. Por otra parte, la utilización de GC en vez de GD puede, en algunos casos, acarrear un ahorro de hasta el 20 % en el peso del cartoncillo, con lo que se reduce considerablemente la diferencia de precio de cartón reciclado.

(18) Hasta 1990 la práctica usual de los productores de cartoncillo consistía en aumentar los precios dos veces al año, en abril y octubre. Los aumentos se anuncian invariablemente con varios meses de antelación. Normalmente, los fabricantes mandan una circular a los clientes (principalmente fabricantes de cajas impresas o de cajas plegables) comunicándoles el incremento inminente. El sector del cartoncillo se ha caracterizado por las modificaciones de precios que afectan a todo el sector, ya que todos los fabricantes aplican unos incrementos idénticos o casi idénticos en cada mercado de Europa occidental a partir de la misma fecha. Todos los principales fabricantes anunciaron sus incrementos con unos pocos días o semanas de separación entre unos y otros. Aunque a menudo eran los fabricantes nórdicos quienes anunciaban primero el incremento, esta pauta no era siempre la misma y otros fabricantes —por ejemplo Feldmühle y M-M— podían también «encabezar» una iniciativa de precios. Los fabricantes más pequeños aplicaban invariablemente los mismos incrementos del precio de catálogo que los principales grupos.

Además de una lista de precios general, gran parte de los principales fabricantes tienen listas de precios individuales para sus clientes importantes que pueden incluir un precio básico menor. (El precio básico es usualmente el correspondiente a lotes de 10 o 15 toneladas de la misma densidad/gramaje). Además, es posible obtener descuentos por cantidad o tonelaje. El procedimiento habitual consiste en comunicar a todos los clientes un mismo incremento de precio a tanto alzado (por ejemplo, 13 marcos alemanes por 100 kilogramos para las calidades GC y 11 marcos alemanes por 100 kilogramos para las calidades GD) e informar individualmente a quienes disponen de acuerdos concretos en cuanto al efecto que este incremento general de los precios básicos tendrá sobre su propio precio final.

(19) Los productores de cartoncillo han querido siempre justificar ante sus clientes los incrementos de precios arguyendo subidas en los costes de la materia prima, la energía, el transporte, etc. Por lo general, los clientes de los fabricantes de cajas plegables (fundamentalmente el sector alimentario), asumen que sus suministradores absorberán cualquier pequeño incremento del precio del cartoncillo. Para que los fabricantes de cajas plegables puedan repercutir sobre sus clientes un incremento del precio del cartoncillo éste deberá ser por lo tanto del 5 % como mínimo. Por otra parte, existe un límite máximo de carácter práctico en cuanto al importe del incremento de precio que los fabricantes de cartoncillo pueden imponer de forma unilateral a los fabricantes de cajas plegables. Éstos se han resistido en algunas ocasiones a la propuesta de incremento de precio del cartoncillo aduciendo que sus propios clientes se negarían, a su vez, a aceptar un incremento de precio de los envases: el propio cartoncillo constituye el principal factor de coste (cerca del 50 %) del precio final de una caja impresa. Por lo tanto, la escala habitual de incremento del precio de catálogo prevista por los fabricantes de cartoncillo en cada ocasión oscilaba entre el 6 y el 10 %.

9. Iniciativas de precios

(20) A comienzos de 1986 los productores de cartoncillo anunciaron incrementos de precios para las calidades GC y GD, en todos los mercados de Europa occidental, de un 8 % aproximadamente, pero la iniciativa tuvo un éxito limitado. A partir del último trimestre de 1986, los precios de mercado se estancaron o incluso iniciaron un descenso; en 1987 las calidades GC disminuyeron de precio en casi todos los mercados nacionales (con la excepción de un aumento de los precios del 9 % en el Reino Unido a comienzos de 1987 debido a la depreciación de la libra esterlina con relación a las monedas de Europa occidental continental, con lo que los precios en el Reino Unido se aproximaron más a los del resto de la Comunidad).

En cambio, a partir de 1988, en Europa occidental todos los fabricantes de cartoncillo subieron periódicamente los precios en una serie de lo que se ha dado en denominar «iniciativas de precios». Por lo general las iniciativas de precios suponían un incremento en todos los mercados nacionales tanto de las calidades de fibra virgen como de cartoncillo reciclado, subiendo por lo general —aunque no

(1) El margen de explotación se define como el volumen de negocios facturado menos los descuentos y todos los costes de producción, venta y administración, salvo los costes de capital, es decir la depreciación y los pagos de intereses. Cabe señalar, no obstante, que el rendimiento del conjunto de operaciones de los fabricantes integrados de GC, desde la fibra hasta el producto final, es considerablemente más elevado.

siempre— el SBS paralelamente a las calidades GC:

— La primera iniciativa de incremento de precios de 1988, que se hizo efectiva entre febrero y abril, supuso la subida de las calidades GC, GD y SBS, en un 7-8 % (10 % en algunos casos); los nuevos precios debían ser válidos hasta el 30 de septiembre.

— El segundo incremento de 1988, del 7 % aproximadamente, tuvo lugar el 1 de octubre. También para las calidades GC, GD y SBS, y debía estar vigente hasta febrero de 1989. En el Reino Unido no se llevó a cabo este incremento, ya que sus precios estaban en aquel momento un 10 % por encima del resto de los niveles de la Europa occidental continental.

— En 1989, los precios del GC y des SBS aumentaron dos veces, y una los del GD. El primer aumento fue, en el caso GC, del 10 %, y en el GD, del 6 %; la fecha de entrada en vigor fue el 1 de abril.

— El segundo incremento de 1989 (aplicado el 1 de octubre en la mayoría de los países) sólo afectó a las calidades GC y SBS, y supuso nuevamente un aumento del 8-10 % en los precios de catálogo. Este incremento aumentó la diferencia de precio de las calidades GC y GD y provocó una vuelta de la demanda hacia el GD.

— En abril de 1990 se llevó a cabo un incremento de entre un 6 y un 10 % en las tres calidades GC, GD y SBS, según los países. Este incremento debía ir seguido por otro el 1 de octubre de 1990, pero debido a la nueva capacidad de producción de los proveedores, junto con las previsiones de reducción del crecimiento económico, se aplazó hasta enero de 1991.

— En enero de 1991 se produjo un incremento del 6-7 %, pero en algunos mercados se aplazó hasta abril para algunos clientes importantes que se opusieron al calendario de incrementos.

(21) Según los datos de los propios fabricantes, las series de iniciativas de precios producidas entre 1988 y 1991 supusieron un aumento medio de los precios de catálogo en Europa occidental (en moneda nacional) del 42 % en términos absolutos. Los precios netos medios efectivos (es decir, tras efectuar los descuentos y reducciones) aumentaron también aunque algo menos. Según el estudio de mercado encargado por varios fabricantes, los precios netos efectivos en moneda nacional se incrementaron por término medio un 33 % (en términos absolutos) antes de caer a mediados de 1991.

En términos reales y convertidos a ecus, con objeto de tener en cuenta las fluctuaciones debidas a las variaciones de los tipos de cambio, el incremento de los precios anunciado durante este período fue, en términos medios, del 26 % en Europa occidental, mientras que los precios reales subieron un 19 % antes de bajar un poco en la segunda mitad de 1991.

Evidentemente, existen algunas diferencias entre los distintos fabricantes, calidades y mercados nacionales. Los precios GC se incrementaron más que los de las calidades recicladas (véase el considerando 20).

Con carácter indicativo, cabe señalar que para uno de los principales fabricantes, el precio neto de calidades GC en Alemania ascendió desde aproximadamente 1 500 marcos alemanes por tonelada en enero de 1988 a 2 000 a mediados de 1991 (+ 33 %), mientras que las calidades GD ascendieron de 1 200 marcos alemanes por tonelada a 1 450 durante el mismo período (+ 21 %). Los incrementos de precio registrados en Bélgica durante este período fueron considerablemente mayores que los de la media en Europa occidental, mientras que en Italia fueron considerablemente menores.

C. PROCEDIMIENTO

1. Investigaciones sin previo aviso en virtud del apartado 3 del artículo 14 del Reglamento nº 17

(22) Los días 23 y 24 de abril de 1991, agentes de la Comisión llevaron a cabo, de acuerdo con el apartado 3 del artículo 14 del Reglamento nº 17, unas inspecciones efectuadas simultáneamente y sin previo aviso en los locales de una serie de empresas y asociaciones comerciales del sector del cartoncillo. En algunos casos, habida cuenta de que la sede del presunto participante en la infracción estaba situada fuera de la Comunidad, la verificación se efectuó en los locales de uno o varios de sus agentes o filiales.

Estas verificaciones se llevaron a cabo a raíz de la recepción de una denuncia informal (es decir, no presentada con arreglo al artículo 3 del Reglamento nº 17) de la British Printing Industries Federation (BPIF), organización comercial que agrupa a la mayoría de los impresores de cartoncillo del Reino Unido.

En su carta de 22 de noviembre de 1990, la BPIF afirmaba que los productores de cartoncillo proveedores del Reino Unido llevaban a cabo aumentos de precios uniformes y simultáneos, por lo que pedía a la Comisión que investigara si se había producido una infracción de las normas comunitarias de competencia.

Al mismo tiempo (pero sin informar a la Comisión), la BPIF hizo público un comunicado de prensa para asegurarse de que su iniciativa recibiera una publicidad suficiente en la prensa especializada. «This Week», boletín informativo editado por Pulp and Paper International, publicó, en su número de 10-14 de diciembre de 1990, una información sobre la denuncia.

Se descubrieron copias de la nota de prensa (o incluso de la propia denuncia de la BPIF) en los locales de algunos fabricantes de cartoncillo o de sus agentes: Cascades, MM Pegg (M-M), que la había obtenido de Feldmühle, Finnboard y SCA.

El 12 de diciembre de 1990, la Fédération Française de Cartonnage, organización comercial que reúne a los principales consumidores franceses de cartoncillo, presentó también una denuncia informal a la Comisión en unos términos parecidos a la de la BPIF, pero referente al mercado francés.

(23) De la documentación obtenida por la Comisión en varias de estas empresas o asociaciones visitadas se desprendía que el sector del cartoncillo era plenamente consciente de la posibilidad de que se realizara una investigación con arreglo al apartado 3 del artículo 14 tras la denuncia del BPIF. Al menos en un caso se había contratado a unos abogados ajenos a la empresa para que llevaran a cabo una investigación ficticia o «rastreo fingido» en los locales de la empresa, informando posteriormente de que determinados documentos habían sido sacados de los locales «para su ulterior examen» (aunque tanto la empresa en cuestión, como sus abogados, negaron a la Comisión que se hubiesen sacado realmente los documentos).

A pesar de que las empresas ya estaban sobre aviso, los agentes de la Comisión descubrieron una serie de documentos considerablemente inculpatorios durante sus investigaciones (especialmente en Cascades y en la filial de M-M, FS-Karton) que demostraban que durante varios años habían existido acuerdos para establecer los precios y restringir o controlar el suministro de cartoncillo bajo la tapadera de un organismo denominado «Product Group Paperboard» o «PG Paperboard».

Estos documentos se describen detalladamente en la parte E de la presente Decisión.

2. **Solicitudes de información con arreglo al artículo 11 del Reglamento nº 17**

(24) Una vez realizadas sus investigaciones en virtud del apartado 3 del artículo 14 del Reglamento nº 17, la Comisión dirigió una solicitud de información de conformidad con el artículo 11 de dicho Reglamento a todos los productores de cartoncillo destinatarios de la presente Decisión.

Las solicitudes se referían a las actividades del PG Paperboard y a la participación de cada una de las empresas en sus reuniones y comités.

Además, se dirigió a Cascades y a M-M otra solicitud de información relacionada con referencias concretas que se habían hallado en la documentación encontrada en sus locales (o en los de sus filiales).

También se pidió a todas las empresas implicadas en el presente procedimiento que suministraran toda la documentación de que dispusieran sobre las reuniones del PG Paperboard. La mayor parte de ellas facilitaron las actas oficiales de las reuniones pero ninguna, excepto Rena, presentó notas o informes confidenciales, salvo los que ya se habían encontrado durante la investigación.

La Comisión solicitó también determinada documentación importante a FIDES, organización ubicada en Suiza que suministraba servicios técnicos al PG Paperboard (véase más adelante el considerando 27), así como a la asociación comercial de fabricantes escandinavos, pero dicha documentación no estaba disponible.

3. **Pliego de cargos y audiencia de los interesados**

(25) Mediante carta de 21 de diciembre de 1992, se envió a las empresas el pliego de cargos correspondiente al presente asunto, junto con:

1. para cada uno de los destinatarios, un informe individual relativo a la empresa, en el que se indicaba el papel que ésta había desempeñado en el presunto cartel y se describían las principales pruebas de su participación en la infracción;
2. anexos numerados del 1 al 157 correspondientes a las pruebas documentales mencionadas en el pliego de cargos;
3. documentación detallada sobre cada una de las siete iniciativas de precios (A a G) que incluía todas las instrucciones internas sobre precios de cada productor y un cuadro recapitulativo;
4. todas las solicitudes en virtud del artículo 11 y las respuestas a las mismas;
5. toda la documentación encontrada a los productores, a sus filiales, o agentes, relacionada con la denuncia presentada por la BPIF;
6. todas las instrucciones sobre precios procedente de los competidores, encontrada o facilitada por los productores, etc;
7. todos los extractos de prensa que tenían los productores, etc., relacionados con los incrementos de precio;
8. un inventario de los expedientes de que disponía la Comisión, junto con una nota explicativa sobre la identificación y origen de los documentos.

Además, la Comisión puso a disposición de cada uno de los destinatarios del pliego de cargos, para su verficación:

1. toda la documentación obtenida en la empresa o en sus filiales o agentes, en virtud de los artículos 11 o 14;
2. todas las actas y demás informes del PG Paperboard.

Asimismo, aquellas empresas que estaban representadas a través de filiales o agentes en cualquiera de las dos asociaciones comerciales del Reino Unido (la PAA y la ACBM) (véanse más adelante los considerandos 94 a 99) pudieron consultar la

documentación obtenida por la Comisión relacionada con la organización en la que estaban representadas y que no se había adjuntado al pliego de cargos.

(26) Se estableció un plazo de 14 semanas a partir de la recepción del pliego de cargos para la presentación de comentarios por escrito a los cargos planteados por la Comisión. Todos los destinatarios presentaron observaciones escritas, aunque aproximadamente sólo la mitad de éstos solicitaron la posibilidad de presentar sus alegaciones oralmente. Los días 7 a 9 de junio de 1993 se celebró una audiencia en la que las siguientes empresas presentaron sus argumentos verbalmente: Enso-Gutzeit; Europa Carton; Gruber & Weber; Kartonfabriek De Eendracht; Laakmann; Mayr-Melnhof; MoDo; SCA Holding y Weig.

Los aspectos más destacados de la infracción se describen en las partes siguientes (D y E) de la presente Decisión.

D. ORGANIZACIÓN, ESTRUCTURA Y OBJETO DE LOS DIVERSOS GRUPOS DE TRABAJO DEL «PRODUCT GROUP PAPERBOARD»

1. El PG Paperboard

(27) En 1955 los productores de cartoncillo que por entonces abastecían el mercado de Europa occidental formaron una asociación conocida como «Section Cartonboard» («Section Carton»/«Sektion Karton»), que al parecer funcionaba bajo la égida de Fides Treuhandgesellschaft (compañía de gestión). FIDES es una sociedad fiduciaria con sede en Zurich que (entre otras actividades) gestiona sistemas de intercambio de información para varias industrias. No obstante, se dispone de pocos detalles en cuanto a las actividades de «Section Cartonboard».

En 1980/81 los productores de cartoncillo decidieron reconstituir «Section Cartonboard» convirtiéndolo en un grupo sectorial del European Paper Institute («EPI»), organización con finalidades técnicas y estadísticas [1]. El grupo se conocería en el futuro como «Product Group (o PG) Paperboard».

El PG Paperboard celebró su primera asamblea general anual el 12 de junio de 1981 en Wolfheze, Países Bajos.

(28) Los componentes del PG Paperboard eran las diferentes asociaciones nacionales de productores de cartoncillo de Europa occidental y varios productores independientes de Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, Reino Unido, Austria, España y Suiza. Los productores escandinavos participaban individualmente, junto con su asociación comercial, Scanpapp (conocida posteriormente como Nordic Paperboard Institute, «NPI»).

El producto objeto de las actividades del PG Paperboard era el siguiente: «Todo tipo de cartones elaborados mecánicamente, satinados o no, de 200 g/m^2 o más».

El cartón para envasado de líquidos, el soporte para papeles murales y algunos otros productos de cartón fueron expresamente excluidos del ámbito de acción del PG Paperboard. Sólo algunos tipos de GC de alta calidad con un gramaje de hasta 160 g/m^2 han sido perfeccionados para su uso en las artes gráficas, pero las ventas no son significativas.

Existe un grupo independiente dentro de PG Paperboard, el grupo «Cartón Gris», que se ocupa de las calidades GK que no son consideradas propiamente como cartoncillo y que no son objeto de la presente Decisión.

La compañía de gestión FIDES, que ya había tenido contactos con Section Cartonboard, recibió la secretaría del nuevo PG Paperboard.

2. Comités del PG Paperboard antes de 1986

(29) Dentro del PG Paperboard existía toda una serie de diferentes comités y agrupaciones: entre estos estaban, aparte de la asamblea general anual, la llamada «President Conference», el «Economic Committee» y el «Technical Committee». En 1984 se creó un «Marketing Committee».

La «President Conference», al igual que el «Economic Committee», se reunía entre tres y seis veces al año.

Podían ser miembros de la «President Conference» los directivos o directores comerciales de todas las empresas miembros del PG Paperboard.

El «Economic Committee» estaba compuesto por los directores de marketing o de ventas e informaba a la «President Conference» sobre la situación del mercado en distintos países.

El «Marketing Committee» se creó posteriormente con objeto de analizar la información facilitada por el «Economic Committee» y presentar una evaluación del mercado a la «President Conference». Se reunía entre tres y cinco veces al año.

(30) FIDES conservaba las actas oficiales tanto de la «President Conference» como del «Economic Committee»; estas actas abarcan todo el período que nos ocupa. De ellas se desprende que estos organismos discutían aspectos tales como la situación de los pedidos, la utilización de la capacidad, el equilibrio entre la oferta y la demanda y la planificación de las interrupciones de producción. No obstante, las actas oficiales dan la impresión de que estas discusiones tenían siempre un carácter

[1] En 1991, el EPI se fusionó con el CEPAC, otra asociación comercial que representaba a los sectores de la fibra, del papel y del cartón, para formar la CEPI («Confederación de industrias papeleras europeas»).

genérico de intercambio de información sin que cada uno de los productores manifestase su propia postura y sin que se llegase a ningún tipo de acuerdo o decisión.

En cambio, no se dispone de ningún tipo de acta del «Marketing Committee» ya que los fabricantes afirman que nunca se redactaron.

3. **Modificaciones de la estructura del PG Paperboard en 1986/87**

(31) En 1986 y 1987, la estructura del PG Paperboard experimentó una modificación sustancial. En primer lugar, a mediados de 1986 se creó un «Presidents Working Group» (PWG) de carácter restringido y compuesto por altos representantes de los ocho principales fabricantes de cartoncillo. Su función consistía fundamentalmente en «preparar» los temas de la «President Conference» relacionados con aspectos tales como las tendencias de los costos, la evolución de la demanda y las previsiones de ventas. El PWG se reunía periódicamente entre cinco y ocho veces al año.

A raíz de la creación del nuevo PWG, la propia «President Conference» pasó a reunirse con menos frecuencia: se celebraba una reunión en primavera con ocasión de la asamblea general anual del PG Paperboard, en la que estaban presentes casi todos los fabricantes, así como una sesión en invierno, durante el mes de noviembre, a la que por lo general sólo asistían uno o dos fabricantes de cada país.

(32) Algún tiempo después, en 1987, se modificó (no se conocen detalles concretos) el «Marketing Committee» que a partir de entonces pasó a denominarse «Joint Marketing Committee» o JMC. Todos los fabricantes destinatarios de la presente Decisión (con la única excepción de Enso-Gutzeit) asistieron a las reuniones de este organismo, aunque algunos con más frecuencia que otros. Finnboard parece haber representado al NPI, así como a otras cuatro empresas suyas a saber, Kyro, Metsa-Serla, Tampella y United Paper Mills. El JMC comenzó a celebrar reuniones bajo su nueva denominación a finales de 1987 o comienzos de 1988.

Inicialmente, se reunía aproximadamente doce veces al año, y aunque en 1989 la frecuencia disminuyó hasta unas ocho reuniones anuales, se celebraban sesiones diferentes para las calidades GC y GD. Aparentemente, el JMC pasó a desempeñar algunas funciones indeterminadas del «Economic Committee». No obstante, este último organismo continuó reuniéndose hasta comienzos de 1991, facilitando información al JMC sobre la situación del mercado en los distintos países.

4. **Carencia de actas o de cualquier otro tipo de relación documental**

(33) A pesar de que siempre se levantó acta detallada de las reuniones de la «President Conference» y del «Economic Committee», que fueron distribuidas a los participantes, no existe acta oficial alguna de ninguna de las reuniones del PWG anteriores al mes de febrero de 1990, ni del JMC hasta que se iniciaron las investigaciones de la Comisión. Ni siquiera hay invitaciones ni listas de participantes. En respuesta a las reiteradas y detalladas solicitudes presentadas por la Comisión en virtud del artículo 11, la mayor parte de los participantes afirmaron que dada la naturaleza «informal» de las reuniones, nunca se levantó acta alguna. Asimismo, casi todas las empresas insistieron en que sus representantes no habían efectuado en su momento notas personales durante las reuniones, ni presentaron ningún informe posterior con vistas a informar de lo ocurrido a otros miembros de sus entidades. FIDES, que desempeñaba las tareas de secretariado para el PG Paperboard asistió a todas las reuniones. La Comisión no admite que, en calidad de tal, FIDES no haya elaborado acta alguna ni del PWG ni del JMC al igual que lo hacía con otros comités, pero FIDES nunca ha presentado ningún acta o relación documental en respuesta a las solicitudes reiteradas de la Comisión.

5. **Declaraciones de Stora**

(34) En respuesta a las solicitudes de información enviadas con arreglo al artículo 11, casi todas las empresas se limitaron a facilitar una descripción vaga y anodina de los objetivos y funcionamiento de los distintos comités de PG Paperboard.

Por lo general, estas descripciones corresponden con la descripción oficial que de dichas actividades se efectúa en los informes anuales del PG Paperboard.

No obstante, Stora, el grupo maderero sueco que ya había absorbido Kopparfors y, más recientemente, Feldmühle, escribió el 19 de agosto de 1991 a la Comisión aceptando que «. . . las empresas del grupo Stora han participado en determinadas políticas y prácticas que posiblemente constituyen una infracción de las normas de competencia».

Posteriormente, Stora envió (el 30 de agosto de 1991) una respuesta detallada a la solicitud de información de la Comisión referente al PG Paperboard y sus actividades. Stora desarrolló esta información en sus respuestas posteriores con arreglo al artículo 11, y especialmente en la fechada el 28 de octubre de 1991 («la segunda declaración de Stora»).

6. **Objetivos y actividades del PG Paperboard y participantes en sus distintos comités**

a) *El PG Paperboard hasta 1986*

(35) Según Stora (segunda declaración, página 2), los fabricantes de cartoncillo habían «intentado ordenar el [. . .] mercado desde 1975. Los participantes en el PG Paperboard o en su antecesor (antes de

1981) se reunían con objeto de discutir los precios y las cuotas de mercado durante dicho período». En los años anteriores a 1986/87, la «President Conference» debatía -aunque al parecer de forma muy genérica- distintas propuestas y había efectuado varios intentos de incrementar los precios y de hacer frente al exceso de capacidad.

El «Marketing Committee», creado en 1984, estudiaba si el mercado aceptaría o no un incremento de precios e informaba a los presidentes. Stora afirma que estos intentos no prosperaron en su mayoría dado el endémico exceso de capacidad del sector durante dicho período.

Los intentos de la «President Conference» durante este período por imponer cierta disciplina en el mercado del cartoncillo se vieron también aparentemente obstruidos por la insuficiente información técnica pormenorizada. Este obstáculo para llegar a una colusión eficaz fue suprimido en gran medida mediante la creación, en 1986, del PWG, cuya eficacia se incrementó aún más al crear el nuevo JMC a finales de 1987 o comienzos de 1988.

b) *El PWG*

(36) El PWG estaba compuesto por representantes de, aproximadamente, los ocho principales fabricantes de cartoncillo que eran altos ejecutivos, directores comerciales o cargos similares en sus respectivas empresas.

Los miembros del PWG eran Cascades; Papeteries Béghin-Corbehem y Feldmühle (actualmente integrantes ambas de Stora); Finnboard; KNP (hasta mediados de 1988); M-M; Saffa (denominada posteriormente Sarrió); TBM (integrante actualmente de MoDo); y, desde 1988, Weig.

Las reuniones del PWG estaban presididas por el presidente electo del PG Paperboard: durante el período que nos ocupa, este cargo fue ocupado sucesivamente por altos directivos de KNP, Finnboard y M-M.

Los miembros fundacionales del PWG representaban en su conjunto prácticamente toda la capacidad de producción de calidades GC y dos tercios (proporción que se incrementó posteriormente como fruto de las adquisiciones) de las calidades GD en Europa occidental.

(37) Los informes anuales de actividad del PG Paperboard presentados a la asamblea general dan la impresión de que la función del PWG consistía en preparar el terreno para las «President Conferences» discutiendo asuntos generales tales como la tendencia de los costes, la evolución de la oferta y la demanda, y las previsiones sobre la situación de las ventas.

En realidad sus fines ocultos eran mucho más concretos.

Según Stora, el «PWG se reunió a partir de 1986 con el fin de cooperar en la implantación de una disciplina de mercado». Su verdadero cometido abarcaba los «debates y concertación sobre los mercados, las cuotas de mercado, los precios, los incrementos de precios y la capacidad de producción» (segunda declaración de Stora, páginas 4 y 5).

Al poco tiempo de su creación, el PWG «acordaba y decidía de forma global el momento y la magnitud de los incrementos de precio aplicados por los productores de cartoncillo» (segunda declaración de Stora, página 6).

En relación con la estrategia de incremento de precios, el PWG hacía detallados análisis de las cuotas de mercado en Europa occidental de las distintas agrupaciones nacionales o grupos individuales de productores. Como consecuencia, se llegaba a un «entendimiento» entre los participantes en cuanto a sus respectivas cuotas de mercado, entendimiento cuyo objeto era que los aumentos de precio concertados no peligraran por culpa de un exceso de oferta sobre la demanda. Los grandes grupos de productores se comprometían a mantener sus cuotas de mercado en el nivel indicado en el informe anual de producción y ventas de cuya versión definitiva se podía disponer a través de FIDES en marzo del año siguiente. La evolución de las cuotas de mercado se analizaba en cada reunión del PWG a partir de la información mensual de FIDES y, si aparecían fluctuaciones notables, se pedían explicaciones a la empresa presuntamente responsable.

(38) El PWG informaba al plenario de la «President Conference». Entre sus funciones estaba «valorar y explicar a la «President Conference» el estado exacto de la oferta y la demanda en el mercado y las medidas eventuales para su reordenación» (segunda declaración de Stora, página 5).

El PWG se reunía invariablemente antes de cada «President Conference» y, dado que ambas reuniones estaban presididas por la misma persona, era ésta quien, sin duda alguna, comunicaba los resultados de las deliberaciones del PWG a aquellos de los denominados «presidentes» que no eran miembros del círculo restringido.

Si no se celebraba una «President Conference» inmediatamente después de la reunión del PWG, los participantes comunicaban a los productores más pequeños de su agrupación nacional lo que se había decidido (respuesta de Stora con arreglo al artículo 11, de 17 de septiembre de 1991). En Alemania no era realmente necesario seguir este sistema para las calidades GC ya que casi toda la producción estaba en manos de miembros del PWG. Para las calidades GD, por otra parte, Feldmühle o M-M informaban periódicamente a fabricantes independientes tales como Buchmann y Laakmann. Buchmann reconoce que Feldmühle le daba detalles «bastante a menudo» sobre los incrementos de precios propuestos (país, fecha e importe).

Los productores escandinavos (todos miembros del NPI) solían ser informados de los resultados por Finnboard. Así fue como se mantuvo informado a Koppafors antes de la fusión con Feldmühle en 1990. La creencia de Stora de que este mismo sistema se empleó con Rena y Enso-Gutzeit queda ampliamente corroborada en la relación de Rena (considerandos 79 y 80). Esta creencia se compagina también con la situación de Finnboard en el PWG como representante de NPI, y como participante por derecho propio (véanse los considerandos 58, 79 y 83).

En Francia, eran Cascades o Béghin Corbehem (CBC) quienes informaban de lo decidido en el PWG a Papeteries de Lancey.

Sin embargo, estos canales de comunicación no tenían un carácter formal ya que, salvo Enso-Gutzeit, todos los productores antes mencionados eran miembros del JMC que se reunía periódicamente y, según el cauce habitual, era el presidente de dicho organismo quien les informaba sobre lo que se había decidido en la última reunión del PWG (a la que también había asistido).

(39) El PWG se reunía varias veces al año. En el período transcurrido entre junio de 1986 y mayo de 1987 se reunió cuatro veces; en 1987/88, ocho veces; en 1988/89, cinco veces, y en 1989/91, al menos en diez ocasiones.

Que se sepa, las fechas de reunión del PWG fueron las siguientes:

10 de noviembre de 1986	Zurich
12 de diciembre de 1986	Zurich
18 de marzo de 1987	Zurich
20 de mayo de 1987	Graz
12 de octubre de 1987	Zurich
4 de diciembre de 1987	Zurich
10 de marzo de 1988	Zurich
25 de mayo de 1988	Barcelona
17 de noviembre de 1988	Zurich
10 de febrero de 1989	Zurich
5 de abril de 1989	Zurich
17 de mayo de 1989	Niza
18 de octubre de 1989	Zurich
28 de noviembre de 1989	Zurich
6 de febrero de 1990	Zurich
23 de mayo de 1990	Helsinki
26 de noviembre de 1990	Gotenburgo
1 de febrero de 1991	Zurich
12 de abril de 1991	Zurich
27 de mayo de 1991	Zurich
5 de junio de 1991	Montreal

(no se conocen todas las fechas de las reuniones).

(40) Un representante de KNP fue presidente de la «President Conference» desde 1984 hasta 1988, y en su calidad de tal presidió también las reuniones del PWG. Cuando se retiró de la presidencia en 1988, KNP dejó de ser miembro del PWG.

El productor francés Béghin Corbehem (CBC) continuó sin embargo participando individualmente en el PWG una vez que Feldmühle, que ya poseía la mitad de la empresa, adquirió el 50 % restante de sus acciones en 1989.

La primera reunión del PWG a la que asistió Weig se celebró en mayo de 1988, por lo que esta empresa no empezó a asistir regularmente hasta la primavera de 1989.

Salvo Cascades y Weig, los miembros del PWG han facilitado pocos detalles de su participación en reuniones individuales del PWG celebradas antes de finales de 1989 o de comienzos de 1990. El cuadro 2 describe la asistencia de cada productor desde el 28 de noviembre de 1989 en adelante.

c) *La «President Conference»*

(41) Las «President Conferences» que pasaron a reunirse únicamente dos veces al año, iban siempre precedidas por una reunión del PWG. Tal y como ha explicado Stora, una de las funciones del PWG consistía en explicar a la President Conference las medidas necesarias para ordenar el mercado (véase el considerando 38). Así, se informaba a los directores gerentes que asistían a las «President Conferences» sobre las decisiones tomadas por el PWG y las instrucciones que debían dar a sus departamentos de ventas con vistas a aplicar las iniciativas de precios concertadas. Esto quiere también decir que los jefes de marketing que asistían al JMC y aplicaban los incrementos de precios convenidos (véanse los considerandos 44 y 45) sabían que sus directores gerentes apoyarían la decisión del PWG. Las actas oficiales de la «President Conference» no consignan estos contactos con el PWG. Tampoco se hace mención alguna en las actas oficiales de sus discusiones sobre precios o iniciativas de precios.

Al contrario, dichas actas continuaron dando la impresión totalmente errónea de que cualquier discusión sobre aspectos importantes tales como la situación del mercado, la utilización de la capacidad de producción, la cartera de pedidos, las interrupciones de la producción, etc., tenían un carácter bastante genérico, por lo que nunca se dieron a conocer datos concretos de los productores.

El reconocimiento por parte de Stora de que la «President Conference» discutía de hecho la fijación colusoria de precios, se ve corroborado por una nota interna hallada en el agente de ventas del Reino Unido de M-M (MM Pegg) referente a una «President Conference» de 10 de noviembre de 1986:

«Precios en el Reino Unido»

En una reciente reunión de FIDES el representante de Weig declaró que, a su juicio, un 9 % (1) era un aumento excesivo para el Reino Unido, por lo que ellos lo iban a fijar en un 7 %. Gran decepción, puesto que dicha cifra pasaría a constituir una "base de negociación" para todos los demás».

(42) Todas las empresas destinatarias de la presente Decisión estaban representadas en la «President Conference». Aunque algunos de los pequeños fabricantes asistían sólo de forma relativamente esporádica, los principales productores (que eran también todos miembros del PWG) asistían casi invariablemente a todas las «President Conferences».

Salvo en una ocasión, los representantes del NPI asistieron a todas las «President Conferences» durante el período de 1986 a 1991. Los representantes de Finnboard (que también habían participado en las reuniones del PWG celebradas inmediatamente antes) asistían independientemente del NPI a todas las reuniones de la «President Conference».

Ocasionalmente también participaban de forma individual las empresas miembros de Finnborad: Metsä Serla asistía cada año a las reuniones plenarias de primavera (pero no a las de invierno) y United Papel Mills asistió a una reunión en mayo de 1989.

(43) A partir de 1986, las «President Conferences» se celebraron en las siguientes fechas:

Fecha	*Ciudad*
29 de mayo de 1986	Alghero (Cerdeña)
10 de noviembre de 1986	Zurich
20 de mayo de 1987	Graz
4 de diciembre de 1987	Zurich
25 de mayo de 1988	Barcelona
17 de noviembre de 1988	Zurich
17 de mayo de 1989	Niza
28 de noviembre de 1989	Zurich
23 de mayo de 1990	Helsinki
26 de noviembre de 1990	Gotenburgo
5 de junio de 1991	Montreal

El cuadro 3 detalla la asistencia de cada una de las empresas.

d) *El «Joint Marketing Committee»*

(44) El «Joint Marketing Committee» o «JMC» se creó a finales de 1987 y se consideraba mucho más eficaz que su antecesor, el «Marketing Committee». El JMC informaba al PWG. Oficialmente, su cometido consistía en elaborar para este último organismo un análisis detallado de las condiciones de mercado y una previsión de ventas. Para ello, recibía información del «Economic Committee».

En realidad, las auténticas funciones del JMC eran:

— determinar si se podían aplicar los incrementos de precio, y en caso afirmativo la manera en que se debería efectuar, y comunicar sus conclusiones al PWG;

— determinar los pormenores de las iniciativas de precios decididas por el PWG, país por país para los principales clientes, con objeto de establecer un sistema equivalente (es decir, uniform) de precios en Europa (primera declaración de Stora, página 17; segunda declaración, páginas 8 y siguientes).

(45) Stora ha narrado con detalle en su segunda declaración (páginas 8 y 9) como funcionaba el JMC. Este comité discutía mercado por mercado como podían ser aplicados por cada productor los incrementos de precios aprobados por el PWG. Los detalles prácticos de la puesta en práctica de los incrementos de precios propuestos se discutían en una «mesa redonda» en la que cada participante podía expresar su opinión en cuanto a los incrementos propuestos.

En caso de que aparecieran dificultades a la hora de aplicar los incrementos de precios aprobados por el PWG, o de que se produjeran negativas a cooperar, se informaba de ello al PWG el cual (según afirma Stora) «procuraba alcanzar el nivel de cooperación considerado necesario». El JMC elaboraba informes separados para las calidades GC y GD. Si el PWG modificaba una decisión de precios en virtud de la información recibida del JMC, en la siguiente reunión de este último se discutían las medidas necesarias para su aplicación.

No se enviaba invitación oficial ni se elaboraban actas de las reuniones del JMC. Pero no cabe duda de que, dada la complejidad de sus tareas, el JMC no podía haber funcionado sin que sus participantes hicieran sus propios cálculos y propuestas y sin que el presidente o el secretariado llevase un cuidadoso registro de sus reuniones. Había que presentar un informe al PWG. Durante la audienca, uno de los participantes (Gruber & Weber) admitió en efecto que como norma general no se conservaban las notas inculpatorias.

Sin embargo, no todos los participantes en la reuniones del JMC eran tan meticulosos como hubiera sido necesario por lo que a no conservar o destruir las notas se refiere: durante la investigación se obtuvieron notas personales detalladas de lo ocurrido en cierto número de reuniones del JMC, en los locales de M-M y del pequeño fabricante noruego Rena (véanse los considerandos 80, 82, 84 y 87).

(46) Durante todo este período, el JMC fue dirigido por una única persona, un alto directivo de Feldmühle

(1) En la fecha de la nota, la mayoría de los productores acababan de anunciar un aumento de precios del 9 % en el Reino Unido, efectivo a partir de enero de 1987.

(actualmente jubilado): el éxito del JMC se atribuía en gran medida a sus esfuerzos personales. Esta persona participó también en el PWG y actuó como enlace entre ambos organismos. Las reuniones contaban con la asistencia de representantes de todos, o casi todos, los fabricantes europeos de cartoncillo. Los cuatro productores finlandeses de calidades GC estaban siempre representados en el JMC por Finnboard, que afirma, sin embargo, que asistía no en nombre propio sino sólo en nombre del NPI (véase la respuesta de Finnboard con arreglo al artículo 11). El NPI no estaba representado de forma independiente en el JMC, aunque si lo estaba en la «President Conference» (Fiskeby ha admitido que «en algunas ocasiones» un representante de NPI le dio información por teléfono sobre asuntos tratados en las reuniones del JMC en las que Fiskeby no estaba representada). Algunos productores, especialmente los más importantes, que también participaban en el PWG, asistían a las reuniones del JMC con más frecuencia que otros, pero al no disponer de actas oficiales, no es posible determinar la lista de asistencia de cada reunión. Sin embargo, todas las empresas destinatarias de la presente decisión salvo Enso-Gutzeit, participaron al menos en algunas reuniones del JMC. Se celebraban reuniones distintas relativas a las calidades GC y GD, por lo general en días consecutivos.

Según las pruebas documentales, entre las que se incluyen los informes anuales del PG Paperboard, el JMC se reunía con la siguiente periodicidad:

junio de 1987 — mayo de 1988	15 reuniones
junio de 1988 — mayo de 1989	11 reuniones
junio de 1989 — mayo de 1990	8 reuniones (incluyendo varias sesiones de dos días)
junio de 1990 — mayo de 1991	8 reuniones (incluyendo varias sesiones de dos días)

(47) Las últimas reuniones del JMC de que se tiene noticia se celebraron en Viena los días 3 y 10 de julio de 1991, diez semanas después de las investigaciones de la Comisión.

Los cuadros 4 y 5 recogen con detalle la asistencia, admitida o demostrada, de cada una de las empresas a las reuniones del JMC.

El cuadro 4 consigna, para cada empresa, las fechas de las reuniones del JMC a las que dicha empresa admite haber asistido, o cuya asistencia está demostrada (esta lista no tiene carácter exhaustivo).

El cuadro 5 muestra los participantes en las reuniones periódicas según ha reconocido cada fabricante.

(48) En la mayor parte de los casos, los fabricantes afirman, en respuesta a las solicitudes reiteradas con arreglo al artículo 11, que no recuerdan cuándo comenzaron a asistir a las reuniones del «Marketing Committee» o del JMC, limitando sus respuestas a los años más recientes, o respondiendo de forma evasiva.

Por lo tanto no ha sido posible (salvo contadas excepciones) determinar con certeza las fechas de las reuniones a las que asistió cada fabricante, especialmente antes de 1989. Laakmann (que no distingue entre el JMC y su antecesor el Marketing Committee) manifestó en una respuesta con arreglo al artículo 11, que Cascades, Europa Carton, KNP, FS-Karton, M-M, Deisswil, Feldmühle, CBC, Saffa y la propia Laakmann participaron en reuniones correspondientes a las calidades GD desde el principio, es decir desde 1984. Según esta misma empresa, Buchmann, Gruber & Weber, Prat Cartón, Tampella Española y Weig empezaron a asistir a este tipo de reuniones algo después que los demás fabricantes, lo cual podría indicar que sólo comenzaron a asistir una vez creado el nuevo JMC, a finales de 1987 o comienzos de 1988.

e) *El «Economic Committee»*

(49) El «Economic Committee», al que, a pesar de su denominación, no asistían economistas sino directores de marketing o de ventas, debatía, entre otros temas, la evolución de precios en los mercados nacionales y las carteras de pedidos, y comunicaba sus resultados al JMC (o a su antecesor, el Marketing Committee antes de finales de 1987).

Aunque, según Stora, la cartera de pedidos de los distintos productores no se analizaba en detalle en el Economic Committee (en contraposición con el JMC, donde sí se analizaba), de vez en cuando cada productor comparaba su situación con la media del sector.

Stora afirma expresamente que en 1987 se pudo comprobar en el intercambio de información del «Economic Committee» que la cartera de pedidos de todos los productores estaba completa, hecho que confirmó la impresión cada vez mayor del sector del cartoncillo de que se había llegado a un equilibrio entre la capacidad de producción y el consumo.

(50) El «tema central» de los debates del «Economic Committee» era el análisis y valoración del mercado del cartoncillo en los distintos países. La información facilitada al «Economic Committee» sobre las condiciones de mercado en cada Estado miembro, parece proceder de los comités nacionales en los que estaban representados los fabricantes nacionales y los principales importadores (actas de la «President Conference», el 10 de noviembre de 1986). Estas discusiones sobre las condiciones de mercado no carecían de objetivo: los debates sobre la situación de cada mercado nacional deben tenerse en cuenta en el contexto de las iniciativas

de precios programadas, incluyendo la prevista necesidad de cerrar temporalmente las instalaciones y de prestar apoyo a los incrementos de precios.

Una nota interna redactada por el representante de FS-Karton y referente a los aspectos más importantes del Economic Committee celebrado en Zurich el 3 de octubre de 1989, enviada posteriormente al director de M-M, refleja que, además de efectuar un seguimiento detallado de la demanda, la producción y la cartera de pedidos en cada mercado nacional, se examinaron los puntos siguientes:

— la comprobación de una fuerte resistencia por parte de los clientes ante el último incremento de precios de las calidades GC, efectivo desde el 1 de octubre;

— la situación respectiva de la cartera de pedidos de los fabricantes de GC y GD, incluyendo las situaciones individuales;

— los informes sobre la interrupción de la actividad efectuada y programada;

— los problemas concretos a la hora de aplicar el incremento de precios en el Reino Unido y su efecto sobre la necesaria diferencia de precios entre las calidades GC y GD;

— la comparación entre el presupuesto de pedidos de cada grupo nacional.

Estos aspectos no se recogen en las actas oficiales de la reunión.

El cuadro 6 recoge los detalles de la asistencia a las reuniones del Economic Committee desde finales de 1986. Los únicos destinatarios de la presente Decisión que no asistieran a ninguna reunión del Economic Committee fueron Enso-Gutzeit, Europa Carton, Gruber & Weber y Weig (Enso-Gutzeit era miembro del NPI, que asistió a todas las reuniones del Economic Committee; los otros tres eran miembros del JMC).

E. MECANISMO DE CONTROL DE LOS PRECIOS Y DEL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN

1. Control del volumen de producción

a) *La política de «prioridad del precio sobre el tonelaje»*

(51) La clave del éxito de las iniciativas de precios desde 1988 en adelante (tal y como se percataron los fabricantes) fue el hecho de mantener un equilibrio ajustado entre la producción y el consumo. Todos los miembros del PWG procuraban que las nuevas iniciativas de precios no se vieran menoscabadas por incrementos considerabes del volumen de ventas. Según Stora esta política se denominaba «prioridad del precio sobre el tonelaje» (respuesta de Stora con arreglo al artículo 11, de 14 de febrero de 1992).

De esta forma, los principales fabricantes podían acordar los incrementos de precios en el PWG contando con una cierta seguridad de que tendrían éxito.

(52) El acuerdo alcanzado en el PWG durante 1987 incluía la «congelación» de las cuotas de mercado en Europa occidental de los principales fabricantes en el nivel del momento, sin que se efectuasen intentos por captar nuevos clientes o por ampliar los mercados a través de una política de precios agresiva.

Según Stora (segunda declaración, página 11), el acuerdo sobre cuotas de mercado entre los principales productores abarcaba las cuotas de mercado en Europa occidental para cada uno de los principales grupos de fabricantes. Según Stora, no tenía mucho sentido discutir sus cuotas de mercado en cada mercado nacional: como consecuencia de las fusiones internacionales de los grandes fabricantes de cajas plegables, los fabricantes de cartón frecuentemente ni siquiera conocían el destino final de sus pedidos.

(53) La documentación hallada por la Comisión en FS-Karton (integrante del grupo M-M) confirma que, a finales de 1987, se había llegado a un acuerdo en los dos PWG en cuanto a los aspectos, relacionados entre sí, del control del volumen de producción y de la disciplina de precios.

Una nota interna de 28 de diciembre de 1988, titulada «Vertrauliche Aktennotiz» («nota confidencial») enviada por el director de marketing responsable de las ventas del Grupo M-M en Alemania al consejero delegado de M-M en Viena, analiza con gran detalle los pasos que habían dado los productores europeos de cartoncillo en las reuniones de presidencia celebradas a partir de finales de 1987 para instaurar la llamada «disciplina de precios».

(54) La nota de M-M confirma que durante 1987 se había llegado a un nuevo consenso para llevar a la práctica la política de «prioridad del precio sobre el tonelaje». El autor de la nota consideraba no obstante que había habido tanto «ganadores como perdedores» en la operación.

Todos los participantes habían salido ganando por el hecho de que la espiral descendente de precios que había presidido el mercado anteriormente se había invertido, pasando en 1988 a una tendencia alcista (la mención de las dos «fases» se refiere evidentemente al las dos «iniciativas» de precios de 1988).

Por otra parte, M-M salió perdiendo en términos relativos, según el autor de la nota, al igual que lo había hecho Feldmühle. Tras aumentar su cuota de mercado en el verano de 1987, los demás fabricantes exigieron a M-M —indudablemente como contraprestación del acuerdo global— que hiciese ciertos «sacrificios»:

— su cuota de mercado se congeló al mismo nivel de 1987 y se aseguró claramente a los demás fabricantes que M-M no intentaría ampliar sus actividades mediante unos precios de promoción;

— M-M dio instrucciones firmes a los departamentos de ventas de Alemania y Austria, así como a sus agentes de ventas en otros países, que reflejaban esta rígida política de precios.

Anteriormente, el único objetivo había sido incrementar las ventas: ahora era una «disciplina de precios absoluta» ante el riesgo de verse obligado a parar las máquinas para reducir la producción.

(55) M-M fue uno de los primeros productores en aplicar el incremento de precios de marzo de 1988 (ya anunciado en diciembre de 1987), así como el segundo incremento de dicho año que entró en vigor en octubre. Realizó los sacrificios que se le exigían y perdió tonelaje en mercados de alto precio. Su actitud inflexible respecto a los precios sembró el descontento entre algunos clientes fieles. Ahora bien, el director de marketing sospechaba que no todos los demás productores actuaban con la misma firmeza de M-M respecto a las iniciativas de precios. Su personal de ventas actuaba en el mercado de forma distinta de lo acordado a alto nivel. Citando el caso de otro fabricante que había rebajado en 150 marcos alemanes por tonelada los precios de M-M, se preguntaba cómo era posible que dicha conducta encajase en el «sistema convenido». Por esta razón, pidió a su superior (que asistía a las runiones del PWG) que hiciera lo necesario para que los demás productores se comprometieran a actuar con la misma firmeza de M-M, es decir, que renunciaran a pedidos antes que romper el acuerdo de precios.

La Comisión intentó obtener de M-M más información en cuanto a las circunstancias concretas del acuerdo celebrado entre los productores de cartoncillo en 1987.

En su respuesta con arreglo al artículo 11, M-M afirmó que no existía un acuerdo «en sentido estricto» y que el uso reiterado de este término (y de expresiones similares) en el memorándum en cuestión por parte de su director de markting no debía ser «interpretado literalmente».

(56) El acuerdo básico entre los principales fabricantes de mantener sus respectivas cuotas de mercado se prolongó durante todo el período al que se refiere la presente Decisión.

Inicialmente, la principal preocupación del PWG en este sentido consistió en restringir el incremento de las cuotas de mercado en la Comunidad de los fabricantes de la AELC: M-M, Finnboard, Koppafors e Iggesund. Los fabricantes asentados en la Comunidad querían proteger su territorio nacional, mientras que los productores nórdicos y M-M consideraban que este último era su mercado natural para las exportaciones. Se celebraron discusiones con estos fabricantes de la AELC referentes al nivel de las cuotas de mercado hasta el que estaban dispuestos a llegar. Se les señaló claramente que el incremento de su cuota de mercado a costa de los demás fabricantes desestabilizaría el equilibrio entre producción y consumo y socavaría los esfuerzos concertados para incrementar los precios. Posteriormente, cuando los propios productores de la AELC adquirieron instalaciones de producción en la Comunidad, la política de los demás fabricantes tendente a limitar la cuota de mercado de los productores no comunitarios en la Comunidad fue perdiendo importancia. Comenzó a adquirir mayor fuerza el interés por mantener un equilibrio entre los principales grupos empresariales con objeto de no obstaculizar las iniciativas de precios (respuesta de Stora con arreglo al artículo 11, de 14 de febrero de 1992).

Los productores tomaban como base de cálculo las cifras totales de ventas del año anterior, que generalmente se conocían en el siguiente mes de marzo.

Conociendo también el porcentaje previsto de crecimiento del mercado para el año siguiente, cada productor podía calcular el volumen adicional de ventas que podría realizar durante el año sin por ello aumentar su cuota de mercado (y, por lo tanto, sin desestabilizar el mercado).

Las empresas que participaban en las discusiones sobre cuotas de mercado eran las que estaban representadas en el PWG, a saber: Cascades, Finnboard, KNP (hasta 1988), M-M, MoDo, Sarrió, los dos fabricantes del grupo CBS y Feldmühle, y, desde 1988, Weig.

(57) «La organización de las cuotas de mercado» se estudiaba en cada una de las reuniones del PWG, partiendo de las estadísticas provisionales (véase más adelante el considerando 63). Se discutían las cuotas de mercado globales en Europa occidental y, en menor medida, la situación en cada país. Según Stora «se analizaban y discutían las fluctuaciones importantes de la cuota de mercado y se pedían explicaciones respecto a los cambios más notables». Por ejemplo, la modificación de las cuotas de ventas podían atribuirse a un pedido especial en un mercado concreto o a que un cliente comenzaba a abastecerse íntegramente en un país.

No obstante, eran los productores quienes decidían por sí mismos las medidas concretas que cada uno debía adoptar para mantener su cuota de mercado al nivel existente. Durante las reuniones se debatían temas tales como la interrupción de la producción o el desvío de los excedentes de producción a los mercados de ultramar, pero la puesta en práctica de las medidas debatidas durante las reuniones dependía de las circunstancias individuales de cada fabricante.

Al tomar este tipo de iniciativa, los miembros del PWG deseaban y esperaban incitar a los productores menos importantes a que aceptasen también restricciones.

(58) Aunque los pequeños fabricantes de cartoncillo que asistían a las reuniones del JMC no estaban enterados de las discusiones minuciosas sobre cuotas de mercado celebradas en el PWG, sí eran conscientes, como parte de la política de «prioridad del precio sobre el tonelaje», que todos apoyaban, de que existía un acuerdo de carácter general entre los principales fabricantes para mantener unos «niveles

constantes de oferta» e, indudablemente, de la necesidad de adaptar sus propias prácticas a dicha estrategia.

Así lo confirma una nota procedente del que entonces era director gerente de Rena, correspondiente a una reunión especial del NPI (véase el considerando 28) celebrada en el aeropuerto de Arlanda, Estocolmo, el día 3 de octubre de 1988. La reunión trataba en primer lugar de la próxima subida de precios que tendría lugar en abril de 1989: su objetivo era incrementar los precios un 15 % para finales de 1989.

El autor de la nota continuaba:

> «Tiempos difíciles: control de la producción e interrupciones para todos los productores. Se harán propuestas. Mantenimiento de los precios».

No se puede menospreciar el hecho de que en aquella época, el director gerente de Finnboard era al mismo tiempo presidente del NPI (y asistió a la reunión de Arlanda) y presidente del PG Paperboard, presidiendo, en su calidad de tal, la «President Conference» y el PWG (véase el considerando 38).

(59) Para los productores representados en el PWG, el acuerdo sobre congelación de las cuotas de mercado dependía de una «restricción voluntaria» y de un sistema de apoyo mutuo. Stora afirma que, en definitiva «los fabricantes cumplían los acuerdos si estimaban que les convenía hacerlo».

Que se sepa, no existía un mecanismo formal que impusiese una penalización o compensaciones que reforzasen el acuerdo sobre cuotas de mercado, pero los productores eran conscientes de la posibilidad de tomar «represalias» si uno de ellos lograba una penetración importante en un mercado concreto a expensas de otro (respuesta de Stora con arreglo al artículo 11, 14 de febrero de 1982, página 4).

Ciertamente, existen indicios de que cualquier fabricante que infringiese lo acordado incrementando su cuota de mercado a costa de los demás sería llamado al orden: así parece que sucedió con Weig.

(60) La Comisión admite que, a pesar del acuerdo sobre cuotas de mercado, la cuota de algunos de los principales fabricantes se incrementó de hecho anualmente. Stora ha explicado que los productores consideraban que sus propios intereses y problemas eran de tal envergadura que no siempre se podía hacer lo necesario para limitar las ventas. Sin duda, aquellos fabricantes que estaban en condiciones de negociar desde una posición de fuerza podían esperar un incremento de su cuota de mercado. Es posible que se considerara que algunos fabricantes eran más dignos de confianza que otros.

Por lo tanto, las reuniones anuales sobre cuotas de mercado se reanudaban cada vez con una situación distinta para cada fabricante. No obstante, los niveles de cuota de mercado fueron constantemente objeto de examen en el PWG y se admitieron y discutieron los problemas y necesidades concretas de cada miembro. De esta forma, el acuerdo entre los productores, en cuanto a la cuota de mercado, no tenía un carácter estático sino que estaba sujeto a unas renegociaciones y ajustes periódicos.

b) *El intercambio de información de FIDES*

(61) Al ver como prosperaba la aplicación de las iniciativas de precios se consideró esencial establecer un sistema global de información y seguimiento de la producción, del volumen de ventas y de la utilización de la capacidad de producción.

La mayor parte de los miembros del PG Paperboard facilitaban a FIDES periódicamente (semanal, mensual, semestral o anualmente) informes sobre los pedidos, la producción, las ventas y la utilización de la capacidad, con los datos siguientes:

— informes semanales de entrada de los pedidos;

— informes mensuales de producción y ventas;

— previsiones mensuales de producción (a partir de abril 1991);

— informes semestrales de producción de GC y GD, desglosados por gramaje (es decir, las distintas categorías de peso);

— informes anuales sobre capacidad.

Los fabricantes escandinavos no facilitaban la información sobre todos estos aspectos directamente a FIDES sino que enviaban los detalles a través de su asociación comercial, la NPI.

El sistema FIDES abarcaba toda Europa occidental (Comunidad y AELC).

(62) Dicho sistema cotejaba de forma centralizada cada informe y luego enviaba a los participantes los datos globales (supuestamente anónimos).

Las estadísticas que FIDES enviaba a los suscriptores eran las siguientes:

— estadísticas de entrada de pedidos mensuales;

— estadísticas de consumo mensual (por países, para cada una de las 28 calidades o grupos de calidades);

— estadísticas de producción y entregas mensuales (GC, GD y SBS por país fabricante);

— resumen del consumo de GC y GD (correspondientes a los «últimos doce meses» y a la «previsión anual»);

— estadísticas de mercado (cada seis meses);

— desglose por gramaje (cada seis meses);

— estadísticas de capacidad anual;

— inventario de maquinaria (esporádicamente).

FIDES distribuía mensualmente las estadísticas globales de «producción y entregas» y de «consumo» entre los participantes en dos versiones: la «provisional» y la «definitiva». Las estadísticas «provisionales», publicadas a la espera de la elaboración de las cifras definitivas, se basaban, en cierta medida, en estimaciones efectuadas a partir de las medias del año anterior.

Aproximadamente el 75 % de los miembros del PG Paperboard suministraba a FIDES las cifras correspondientes a los pedidos semanales. FIDES enviaba las estadísticas cotejadas al día siguiente. Estas estadísticas reflejaban el volumen total de pedidos pendientes de los productores participantes tanto a escala mundial como de Europa occidental.

(63) Las estadísticas cotejadas y enviadas por FIDES a los participantes estaban desglosadas según las principales calidades y clasificadas por países, a excepción del informe semanal de pedidos, que se refería a toda Europa occidental.

La nota de M-M, de 28 de diciembre de 1988 (véase el considerando 53), sugería (con objeto, sin duda, de contribuir al seguimiento del sistema de «precio sobre tonelaje») que cada fabricante debería declarar a FIDES sus datos totales de producción, desglosándolos después en cinco categorías: mercado nacional, resto de la Comunidad, otros países europeos, ultramar y consumo propio. Según M-M, el sistema FIDES se modificó posteriormente, ajustándose en lo general a esta propuesta. No se sabe si los datos que tenía FIDES sobre cada uno de los fabricantes se comunicaban por lo general al PWG ni tampoco, si así era, en qué medida se comunicaban. No obstante, pese a su carácter global, las estadísticas globales de FIDES podían ser utilizadas (y de hecho lo eran) para la determinación y seguimiento de las cuotas de mercado individuales y para el análisis de la utilización de la capacidad. El análisis más preciso se efectuaba cuando, por lo general durante el mes de marzo, se disponía de todos los datos correspondientes al año anterior. Durante el año, se utilizaban normalmente las estadísticas «provisionales», aunque, debido a las fluctuaciones, era posible que no reflejasen con precisión la situación a finales de año por lo que debían ser utilizadas con cierta cautela. Los resultados de este ejercicio se examinaban en las reuniones del PWG, se elaboraban gráficos y se pedían «explicaciones» a cualquier fabricante cuya cuota de mercado hubiese experimentado un incremento considerable (véase el considerando 57).

(64) En muchos casos, la información necesaria para controlar las cuotas de mercado de los distintos grupos estaba disponible o se podía deducir con bastante facilidad del propio sistema informativo de FIDES, sin que se revelase ningún otro dato. Las «salvaguardias» utilizadas por FIDES en otros sistemas de información sobre productos destinadas a evitar la identificación de las entregas de cada fabricante, no se intodujeron en el sistema del cartoncillo. Como ejemplo, cabe citar las estadísticas de «producción y entregas» correspondientes a Finlandia. Junto con el tonelaje de SBS y GC producido en Finlandia (no se producía GD), reflejan las entegas de cada una de estas calidades en cada mercado nacional que tuvieron su origen en Finlandia: de hecho sólo podían proceder de Enso-Gutzeit y Finnboard respectivamente. Asimismo, estas mismas estadísticas correspondientes al Reino Unido (GC y GD) revelan las ventas en cada mercado de Iggesund (antes Thames Board) y Reed Paper and Board (UK) Ltd. Son, respectivamente, los únicos fabricantes nacionales de calidades GC y GD. Esta misma información se recoge con mayor detalle en las estadísticas sobre «consumo».

c) *Informes de capacidad*

(65) Desde la instauración del PG Paperboard en 1981, FIDES venía elaborando un informe anual de capacidad clasificado por países, así como un «inventario de maquinaria» más detallado; ambos abarcaban todas las calidades de cartón, es decir, incluían productos tales como el cartoncillo gris fabricado con maquinaria para cartoncillo.

Además, el director de marketing de Finnboard presentaba al PG Paperboard un informe anual sobre la utilización de la capacidad en el mercado del cartoncillo propiamente dicho (utilizando una definición más estricta del producto que la empleada en el informe de capacidad e inventario de maquinaria de FIDES).

Debido a que su análisis partía de bases diferentes, el informe de capacidad de FIDES y el estudio de Finnboard no podían compararse directamente. Hubo varios intentos de hacer coincidir los datos contenidos en los dos informes y, a partir de 1985, el informe de FIDES distinguía entre «cartoncillo» y «otros tipos de cartón» (éste es el denominado «informe de capacidad revisado de FIDES»).

(66) En 1987, los miembros del PWG comprobaron que la demanda se había incrementado tanto que había desaparecido el exceso de capacidad del sector.

A pesar del desglose en «cartoncillo» y «otro cartón», continuaban existiendo divergencias entre el informe de Finnboard y el informe revisado de FIDES. En la asamblea general de 1987, FIDES propuso que se abandonase su informe revisado de capacidad y se utilizase únicamente el de inventario de maquinaria. Finalmente, la asamblea general decidió continuar con el informe de capacidad de FIDES revisado, completándolo con un nuevo estudio de capacidad referente únicamente al cartoncillo.

(67) Cuando se hizo público el nuevo informe de capacidad en 1988 (actas de la «President Conference», 25 de mayo de 1988), éste vino a confirmar lo que había comprobado el «Economic Committee», a saber, que «el exceso de capacidad, tantas veces mencionado, no existe en realidad».

A continuación las actas señalan:

> «No conviene llamar la atención de los clientes sobre este hecho con excesiva frecuencia».

En la asamblea general anual del día siguiente, el representante de Feldmühle (que presidía el JMC), señaló que «éstas son cifras de capacidad prácticas y no teóricas. Estos datos son muy valiosos para nuestro funcionamiento cotidiano. Por otro lado, pueden y deben usarse para contrarrestar la opinión dominante de los clientes de que en el sector del cartón existe un gran exceso de capacidad».

A propuesta de Feldmühle, el informe fue publicado y difundido por primera vez entre los clientes por el Instituto europeo del papel en la primavera de 1989.

Según Stora:

> «La finalidad de esta publicación era demostrar que el sector estaba funcionando casi al límite de su capacidad, convencer a los directores de ventas y marketing de que era posible resarcirse de las pérdidas de los años anteriores y demostrar a los clientes que el margen de negociación para los incrementos de precios era mínimo» (segunda declaración de Stora, página 13).

(68) FIDES elaboraba el nuevo informe de capacidad (que llegó ser conocido como el «Libro Verde») a partir de la información facilitada anualmente por los miembros del PG Paperboard en septiembre/octubre; en él se incluía una estimación de la capacidad prevista para el año siguiente.

Comparando las cifras de capacidad con las cifras de consumo del año anterior, el PG Paperboard podía estimar el índice de utilización de la capacidad.

El informe reflejaba la «capacidad de producción anual en la práctica» de cada máquina de fabricación de cartoncillo en funcionamiento, calculándola de acuerdo con una fórmula estándar.

Sin embargo, no se reflejaba la producción real de cada máquina durante el año. El informe reflejaba el tonelaje total producido en Europa occidental en las años anteriores y efectuaba una previsión de la producción para el año siguiente. A partir de estas dos series de cifras se calculaba el índice porcentual de funcionamiento del sector.

d) *Cartera de pedidos e interrupción del funcionamiento de las máquinas*

(69) También era posible hacer una comparación de las carteras de pedidos semanales y de la capacidad disponible; a partir de dicha comparación, el PWG deducía cuál era el estado global de la demanda en el sector del cartoncillo.

Si los pedidos pendientes de uno de los principales productores descendían por debajo de un nivel determinado, su programa de producción no podía ser planificado eficazmente y hubiera podido tener que cerrar la fábrica temporalmente con objeto de evitar el riesgo de deterioro de la calidad del producto.

Además el sistema FIDES que contenía unos datos globales, según la práctica habitual cada fabricante revelaba su propia cartera de pedidos a los competidores durante las reuniones del JMC.

La información sobre el número de días para los que hubiera pedidos pendientes servía para dos finalidades:

— decidir si las condiciones eran adecuadas para introducir un incremento de precios concertado;

— determinar los paros de máquinas necesarios con objeto de mantener el equilibrio entre la oferta y la demanda (segunda declaración de Stora, página 14).

(70) En 1988 y 1989 el sector funcionó a su capacidad máxima y prácticamente no fue necesario interrumpir la producción, salvo en los casos normales de vacaciones y mantenimiento.

A partir de comienzos de 1990, no obstante, los principales fabricantes hubieron de hacer frente a un incremento de la capacidad y a una reducción de la demanda y consideraron que era necesario llegar a un acuerdeo en el PWG en cuanto a la necesidad de interrumpir la producción. Los principales fabricantes admitieron que no podían incrementar la demanda mediante una reducción de precios, y que si se continuaba produciendo al 100 % esto no haría sino provocar un descenso de los precios. En teoría, si podía calcular el tiempo de paro necesario para reinstaurar un equilibrio entre la oferta y la demanda a partir de los informes de capacidad. Por ejemplo, si se preveía un índice de utilización anual de la capacidad de un 92 %, esto significaba que un 8 % de la misma no se iba a utilizar. Por lo tanto, serían necesarias cuatro semanas de paro del sector para equilibrar la oferta y la demanda.

(71) No obstante, el PWG no asignaba formalmente períodos de interrupción a cada productor. Según Stora existían dificultades de orden práctico a la hora de establecer un plan coordinado de interrupciones que abarcase a todos los fabricantes. Stora afirma que por estos motivos, sólo «existía un

sistema informal de persuasión» (segunda declaración de Stora, página 15).

Parece que también en este caso fueron los principales fabricantes quienes asumieron la carga de reducir la producción con objeto de mantener los niveles de los precios.

Unas notas de carácter no oficial correspondientes a dos reuniones del JMC, una de ellas en enero de 1990 (véase el considerando 84), la otra en septiembre de 1990 (véase el considerando 87), así como otros documentos (véanse los considerandos 94 y 95), confirman, sin embargo, que los principales productores informaron detallada y permanentemente en el PG Paperboard a los competidores menos importantes en cuanto a sus planes de efectuar interrupciones adicionales como alternativa a un descenso de los precios.

2. **Iniciativas de precios**

(72) Con la mejora del equilibrio de la oferta y la demanda y la reorganización de sus distintos organismos, el acuerdo sobre precios del PG Paperboard resultó ser más eficaz que en los años anteriores a 1987.

En lugar de permitir que los precios subiesen naturalmente según las condiciones del mercado, el método utilizado para incrementar el nivel de precios en toda Europa occidental consistía en planear y aplicar unas «iniciativas de precios» concertadas. Los precios se incrementaban en una serie de «etapas» periódicas y bien definidas. De las pruebas documentales halladas por la Comisión se desprende claramente que los incrementos de precios y el control del volumen de producción constituían dos aspectos indisolublemente vinculados del mismo plan. Partiendo de los trabajos preparatorios efectuados en el JMC, el PWG tomaba las decisiones sobre cuándo y cuánto debían incrementarse los precios. Teniendo en cuenta el funcionamiento habitual y las costumbres de consumo de los usuarios de cartoncillo, la práctica habitual consistía en aplicar los incrementos de precio en abril y octubre. En alguna ocasión, dependiendo de las condiciones del mercado, el incremento podía aplicarse únicamente a las calidades GC y no a las GD: no obstante los fabricantes procuraban por lo general mantener aproximadamente al mismo nivel la diferencia de precio (30-40 %) entre ambas calidades. También podía aplazarse o incluso no aplicarse un incremento en algún mercado nacional concreto (por ejemplo, el segundo incremento de 1988 sólo se aplicó en el Reino Unido a las calidades SBS).

El JMC debatía, para cada mercado nacional, la aplicación detallada de la decisión general tomada en el PWG. Los nuevos precios de catálogo para cada tipo de clientes ("AA", "A", "B", "C" y "D" en orden decreciente de importancia) se pactaban en cada moneda nacional, tomando como referencia un peso y calidad estándar. También se discutían en el JMC los nuevos precios que había que facturar a cada uno de los principales clientes. Se presentaban al PWG informes distintos correspondientes a las calidades GC y GD, y, si se preveía cualquier tipo de dificultad, el PWG intentaba resolver el problema.

La documentación obtenida por la Comisión (véanse especialmente los considerandos 79, 80 y 83) confirma que los incrementos de precios y la fecha de su entrada en vigor estaban ya fijados por el PG Paperboard para Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Irlanda, Italia, Países Bajos, Reino Unido y España, así como para los países de la AELC.

Una de las principales tareas del JMC consistía en lograr un sistema de precios «equivalente» europeo, es decir, un nivel uniforme de precios en toda la Comunidad. Cuando se reanudaron las iniciativas de precios concertadas, a finales de 1987 o comienzos de 1988, los precios eran distintos según los mercados nacionales. Como consecuencia, se producían ciertas divergencias. Durante el período que culmina en 1991, se redujeron dichas divergencias.

(73) Una de las características especialmente grave y sospechosa de las iniciativas de precios adoptadas a partir de finales de 1987 consistía en que los principales productores acordaban previamente en el PWG cuál de ellos «iniciaría» la subida (y cuándo) así como las fechas en las que cada uno de los demás fabricantes «seguiría» con el envío de sus cartas. Obviamente, el orden cambiaba cada vez.

El JMC conocía la planificación en todos sus detalles y los pequeños fabricantes podían tomar sus propias decisiones en cuanto al momento en que cada uno «anunciaría» su intención de poner en práctica la subida.

Si se les hubiera recriminado su conducta, los fabricantes, gracias a esta compleja maquinación, podrían atribuir las series de incrementos uniformes y periódicos de precios en todo el sector del cartoncillo al fenómeno de una «conducta oligopolística». Podían alegar que era lógico que todos los fabricantes decidiesen por cuenta propia copiar un incremento iniciado por alguno de los líderes de mercado en cuanto ése fuese hecho público: se camuflaba así la práctica colusoria ilegal. Aunque los clientes sospecharan justificadamente que actuaban de forma concertada y les acusasen de ello, y habida cuenta del relativamente amplio número de fabricantes, la teoría económica podía interpretarse al gusto de cada cual, pero a menos que se aportasen pruebas concetas de la colusión —y ya procuraban ellos que esto no sucediese— los fabricantes tenían motivos para creer que podían hacer fracasar cualquier tipo de investiga-

ción que iniciasen las autoridades de la competencia referente a su política de precios, alegando en su defensa una interdependencia oligopolística.

3. **Iniciativas de precios individuales**

a) *Enero de 1987*

(74) Mientras el nuevo mecanismo del PG Paperboard estaba todavía en su fase de puesta en práctica, a finales de 1986 existió una iniciativa de precios concertada aplicable en el Reino Unido. En aquel momento el tipo de cambio de la libra esterlina frente a las demás divisas de Europa occidental era bajo: según algunos fabricantes, el nivel de precios en el Reino Unido era un 15 % más bajo que en los otros principales mercados europeos.

A comienzos de noviembre de 1986, Finnboard y TBM anunciaron una subida de precios en el Reino Unido para las calidades GC de 45 libras esterlinas por tonelada (8-9%) que debía entrar en vigor el 26 de enero de 1987.

Las actas de una reunión de la dirección de Feldmühle (UK) Ltd, celebrada el 7 de noviembre de 1986 de enero, señalan que:

> «TBM y los finlandeses han anunciado unos incrementos de precios cercanos al 9 % aplicables a partir de febrero de 1987; parece que la mayor parte de los demás fabricantes prevén un incremento similar».

Por lo que las a calidades GD se refiere, la mayor parte de los productores (encabezados por M-M) anunciaron también a sus clientes durante el mes de noviembre el incremento de precios del 9 %, aplicable en distintas fechas de los meses de enero y febrero del año siguiente. Reed P & B, que al ser el único fabricante nacional no tenía los mismos problemas monetarios en el Reino Unido que los fabricantes de Europa occidental, anunció un incremento ligeramente menor.

Finnboard e Iggesund incrementaron en 55 libras esterlinas los precios de las calidades SBS y GC para artes gráficas en diciembre de 1986: el otro fabricante de SBS, Enso-Gutzeit, incrementó también sus precios en la misma fecha, aunque se desconoce la cuantía.

(75) El anuncio de un incremento de precios simultáneo e idéntico en el Reino Unido por parte de casi todos los fabricantes suscitó una reacción airada de los clientes que los acusaron de «manipular cínicamente» el mercado. Lógicamente, los fabricantes rechazaron con vehemencia las acusaciones de colusión.

No obstante, de la nota efectuada por un agente de ventas de M-M referente al resultado de la «President Conference» celebrada el 10 de noviembre de 1986 (véase el considerando 41), se desprende claramente que la iniciativa de precios había sido discutida y estudiada a nivel de «presidentes».

Prueba también de la concertación es la nota manuscrita hallada en la agenda de mesa de un trabajador de Feldmühle en las páginas correspondientes a los días 15 a 17 de enero de 1987, que demuestra que se produjo un intercambio de información detallada sobre precios, cartera de pedidos e interrupción de la fabricación entre Feldmühle y varios de los demás fabricantes en el contexto del incremento de precios.

Dicha nota se refiere a Tako (el principal fabricante finlandés de cartoncillo destinado a artes gráficas), Tampella («Ingerois») y UPM («Simpele»), Enso-Gutzeit, Kopparfors, Iggesund y TBM (en aquella época estos dos últimos eran todavía independientes).

Se califica al director de Feldmühle, que dirigía el Marketing Committee, como «escéptico» ante Kopparfors (todavía no se había fusionado con Feldmühle); aparentemente, también había acusado a M-M de ser irresponsables («ohne Verantwortung»).

La nota afirma que se estaba aplicando el incremento de precios en el Reino Unido, «incluido TBM» (por aquel entonces, se había señalado que los clientes estaban especialmente enojados con el principal fabricante local, TBM, aparentemente debido a que no tenía la excusa de los fabricantes de Europa occidental referente a la caída de la libra esterlina frente a las demás divisas).

La nota no permite deducir el momento preciso y la naturaleza de los contactos celebrados entre Feldmühle y los demás fabricantes. Sin embargo, Stora (que posteriormente adquirió Feldmühle) no discute que la información recogida en la nota proviniese directa o indirectamente de los competidores.

b) *Febrero-abril de 1988*

(76) Durante 1988, y en plena política de «prioridad del precio sobre el tonelaje» se produjeron dos incrementos de precios concertados en toda Europa.

Según el informe de M-M de 28 de diciembre de 1988 (véase el considerando 54), esta nueva política logró invertir la espiral descendente de los precios que existía en 1987.

La reunión del PWG celebrada el 4 de diciembre de 1987 acordó un incremento del 7-8 % (en algunos mercados, 10 %) para las calidades GC y GD, aplicable desde marzo de 1988 hasta el 30 de septiembre del mismo año.

A finales de 1987 los principales fabricantes (M-M, Feldmühle) ya comenzaron a comunicar a sus clientes dicho incremento.

El primer movimiento se registró en el mercado alemán, «iniciado» por M-M y Feldmühle. Mediante carta de 18 de diciembre de 1987, M-M anunció un incremento de 15 marcos alemanes y

12 marcos alemanes (por cada 100 kilogramos) para las calidades GC y GD respectivamente, correspondientes a los pedidos efectuados a M-M y FS-Karton a partir del 15 de febrero de 1988.

Feldmühle, por su parte, anunció el 28 de diciembre de 1987 que incrementaba sus precios de catálogo para las calidades GC en 15 marcos alemanes (por cada 100 kilogramos) y en 12 marcos alemanes para las calidades GD a partir del 15 de febrero de 1988.

Finnboard comunicó los incrementos a sus clientes alemanes los días 4 y 5 de enero y algo después en otros mercados. Por ejemplo, en el Reino Unido no tomó una decisión definitiva sobre la subida hasta el 11 de febrero de 1988, notificándola a sus clientes al día siguiente. Parece ser que por este motivo los demás productores criticaron a Finnboard por su lentitud: según el acta de una reunión de la dirección de ventas de Iggesund, celebrada los días 28 y 29 de enero de 1988: «se ha presionado en toda Europa a los finlandeses para que incrementen los precios. Se le ha comunicado a Finnboard que no cambiaremos los precios hasta que ellos hagan público su incremento».

La documentación hallada en los locales de Buchmann, Cascades, Europa Carton, Fiskeby, KNP, Kopparfors (actualmente parte de Stora), Laakmann, Deisswil (actualmente M-M), Sarrió, Reed P & B (actualmente SCA) y Weig demuestra que todos ellos aplicaron en Alemania el incremento de precios.

(77) En Francia, el incremento fue de 700 francos franceses por tonelada para la calidad GC1, 500 francos franceses por tonelada para la GC2 y 400 francos franceses por tonelada para la GD. Cascades había comunicado el incremento de precios para las calidades GC mediante carta de 24 de diciembre de 1987, incremento que sería aplicable desde el 1 de marzo.

Los demás fabricantes introdujeron la misma subida: Finnboard, M-M, Deisswil, De Lancey, Saffa, Reed P & B, Feldmühle, CBC, Tampella Española y Weig.

En el Reino Unido, la mayor parte de los fabricantes de los que se dispone de documentación comunicaron a sus clientes un incremento de precios del 6 % para toda la gama de calidades de cartoncillo a partir de distintas fechas del mes de abril de 1988: Feldmühle, Finnboard, Iggesund, Mayr-Melnhof, Kopparfors, Djupafors, Rena, Saffa y TBM comunicaron un incremento del 6 %. Reed P & B anunció un incremento de 20 libras esterlinas (5 %) para su cartoncillo de calidad GD, al igual que Laakmann, Fiskeby, KNP y Deisswil.

Los documentos procedentes de Cascades fechados en marzo de 1988 demuestran que la planificación de la iniciativa de precios en el JMC suponía establecer unos «precios mínimos» («prix planchers») para las calidades GC2 y GD2 en cada moneda nacional, que debían aplicarse después del aumento de precios a los clientes de las categorías A, B y C. La confirmación de que estos precios mínimos habían sido fijados de forma colusoria y de que eran internos de Cascades, viene dada por una nota redactada por agentes alemanes de Fiskeby correspondiente a una conversación telefónica con sus jefes, el día 21 de marzo de 1988 (el día de la nota de Cascades referente a los precios GD) en la que se les dan instrucciones de aplicar exactamente un precio mínimo idéntico al anotado por Cascades para los clientes alemanes A, B y C consumidores de la calidad GD2.

De hecho, una de las tareas habituales del JMC consistía en elaborar listas de precios en cada una de las monedas nacionales para cada categoría de clientes (véanse los considerandos 80, 85 y 87).

Según los informes de prensa, los fabricantes consideraron el incremento de precios como un éxito relativo, pero dio lugar a una estructura de fijación de precios más coherente: se habían aplicado los incrementos cuando los precios eran bajos y la diferencia existente entre los precios más altos y los más bajos se había reducido.

c) *Octubre de 1988*

(78) Al igual que el primero, el segundo incremento de precios de 1988 a escala europea se basaba en un incremento de 15 marcos alemanes (por cada 100 kilogramos) para las calidades GC, pero sólo 9 marcos alemanes para las GD. Sin embargo en el Reino Unido no se aplicó ninguna subida, puesto que el nivel de los precios era ya alrededor de un 10 % superior al de Europa occidental continental.

En esta ocasión, fue Finnboard quien «inició» el incremento de precios. Finnboard ya había advertido a sus clientes, en marzo de 1988, la posibilidad de un segundo incremento de precios.

Stora afirma que el incremento de octubre de 1988 fue convenido, para ambas calidades, en junio. De hecho, el 25 de mayo de 1988 se celebró en Barcelona una reunión del PWG. Los días 28 y 29 de junio se celebraron las reuniones del JMC. Los productores franceses ya habían empezado a hablar de un incremento de 50 francos franceses aplicable a la calidad GC (importe que fue de hecho aplicado), a mediados de junio. El 5 de julio de 1988, Finnboard comunicó a su oficina europea de ventas un incremento de precios que entraría en vigor el 1 de octubre. Este incremento había de ser anunciado antes del 11 de julio: Alemania: 15 marcos alemanes; Francia: 50 francos franceses; Países Bajos: 15 florines neerlandeses; Bélgica: 3 francos belgas por kilogramo; etc.

Algunos días después, Kopparfors comenzó a notificar exactamente los mismos incrementos de precios que Finnboard para las calidades GC en cada mercado nacional. Feldmühle comenzó a anunciar su intención de aplicar estos mismos incrementos el 19 de julio, con 9 marcos alemanes para las calidades GD. Cascades y M-M/FS Karton anunciaron el incremento de precio de 9 marcos alemanes aplicable a las calidades GD en Alemania este mismo día, el 25 de julio, mientras que Saffa lo hizo dos días después.

Asimismo, se dispone de documentación sobre precios de la que se desprende que participaron en

la iniciativa concertada de precios los siguientes fabricantes: Buchmann, Cascades, Enso Gutzeit, Fiskeby, Gruber & Weber, KNP (incluyendo Badische), Laakmann, Papeteries de Lancey, MoDo (Iggesund), Saffa y Weig.

d) *Abril de 1989*

(79) A finales de 1988, los fabricantes acordaron un incremento de los precios de las calidades GC y GD que inicialmente debía entrar en vigor en marzo de 1989, pero se aplazó hasta el 1 de abril (segunda declaración de Stora, página 19).

Esta iniciativa consistía en incrementar 17 marcos alemanes por cada 100 kilogramos (o una cantidad equivalente), para las calidades GC, y 9 marcos alemanes (o una cantidad equivalente) para las GD.

La Comisión obtuvo en Finnboard (UK) Ltd una lista sin fecha (en sueco) encabezada «incremento de precios segundo trimestre de 1989» que establece los incrementos de precio para cada mercado nacional:

	UC/GC		UD/GD	
	Fecha	Importe	Fecha	Importe
Reino Unido	1.4	55 libras esterlinas (+15)	1.5	25-30 libras esterlinas
Alemania	1.4	170 DM	1.5	90 DM
Países Bajos	1.4/1.5	190 HFL	1.6/1.7	~~100~~ (2) HFL
Bélgica	1.4	3 500 BFR	1.5	2 500 BFR
Francia	1.4	600 FF	1.5	300 FF
Italia	1.2	120 (1) LIT	1.1	50 (1) LIT
			1.4	30 (1) LIT
Dinamarca	1.4	550 DKR	1.4	375 DKR

(1) Importe por kilogramo.
(2) La cifra 100 está tachada en el original.

(Se recogían también los incrementos de precios de Austria, Suiza, Finlandia, Noruega y Suecia.)

Finnboard no fabrica calidades UD o GD, por lo que la lista no puede ser puramente interna o referente únicamente a las actividades de Finnboard. Los precios correspondientes a las calidades GD y las fechas efectivas correspondientes a cada mercado nacional son idénticas a las que figuran en un documento de Fiskeby de fecha 14 de febrero de 1989. La Comisión obtuvo también en Rena unas listas de formato muy similar a las encontradas en Finnboard, correspondientes a dos iniciativas de precios posteriores (véanse los considerandos 80 y 83). Rena dice que obtuvo dichas listas a través de otro productor con motivo de las reuniones NPI. Finnboard no sólo representó al NPI en el PWG en el cual fueron tomadas las decisiones más importantes, sino que su director gerente fue también presidente del PG Paperboard y presidió el PWG desde mayo de 1988 en adelante. Fue también presidente del NPI.

El 5 de enero de 1989, Feldmühle envió a sus clientes alemanes una circular comunicándoles la subida de precios.

Ésta debía entrar en vigor el 1 de abril para las calidades GC y el 1 de mayo para las calidades GD (coincidiendo con la lista de precios de Finnboard).

En Francia, los incrementos fueron de 60 francos franceses para GC y 30 francos franceses para GD; en Bélgica, fueron de 350 francos belgas y 250 francos belgas, respectivamente.

En Italia, el precio de las calidades GC subiría un poco antes (15 de febrero), mientras que el de las calidades GD habría de subir en dos fases (50 liras italianas por kilogramo el 1 de enero y 30 liras italianas por kilogramo el 1 de abril).

CBC anunció su incremento en Francia para las calidades GC, de 60 francos franceses, el 3 de enero de 1989.

Finnboard comprobó con algunos de sus agentes de ventas que Feldmühle había anunciado efectivamente la subida (véase segunda declaración de Stora, página 17) antes de comunicar a sus clientes los mismos incrementos de precios.

M-M anunció el incremento de precios en Alemania (17 marcos alemanes para las calidades GC el 1 de abril, 9 marcos alemanes para GD el 1 mayo), mediante carta fechada el 12 de enero, y algo más tarde para los demás mercados. Los incrementos de precios y las fechas correspondientes de M-M (y de Deisswil) eran también esta vez prácticamente idénticos a los que figuraban en la lista de Finnboard.

Los demás fabricantes que según las pruebas participaron en la iniciativa de precios fueron: Buchmann; Cascades, De Eendracht; Enso-Gutzeit; Europa Carton; Gruber & Weber; KNP (incluyendo Badische); Laakmann, MoDo; Papeteries de Lancey; Reed P & B; Saffa y Weig. Sus notificaciones de los incrementos de precios corresponden exactamente con la lista hallada en Finnboard (UK) Ltd.

e) *Octubre de 1989*

(80) Por lo que se refiere a la iniciativa de precios de octubre de 1989, la Comisión no sólo ha obtenido la documentación de los fabricantes sobre precios sino también una lista de los incrementos de precios acordados en cada moneda nacional y las notas personales de las reuniones del JMC celebradas en esa época, redactadas por los representantes de M-M y Rena.

El incremento de precios, que sólo se aplicaba a las calidades GC y SBS, se acordó en junio de 1989. La cartera de pedidos de calidades GD había sido considerablemente menor que la de las calidades GC, y los productores de GD comprendieron que no era posible mantener un segundo incremento de precios en 1989. Además, se decía que el coste de sus materias primas (papel reciclado) se mantenía relativamente estable, mientras que el precio de la fibra virgen acababa de subir y afectaba a los fabricantes de GC.

La Comisión obtuvo en los locales de Rena una lista de precios mecanografiada (en sueco) que reflejaba la fecha y el importe de los incrementos aplicables a cada calidad en cada una de las monedas nacionales. La lista es de un formato similar a la descubierta en Finnboard (UK) Ltd (véase el considerando 79). Rena afirma que la lista (que está sin fechar) se entregó a quien entonces era su director durante las reuniones celebradas en Estocolmo con otros fabricantes escandinavos con ocasión de una reunión del NPI. Los incrementos de precios correspondientes a cada mercado nacional de la Comunidad eran los siguientes:

	GZ	GC 1	GC 2	Fecha
Bélgica (BFR/tonelada)	2 500	3 300	2 500	1. 10
Dinamarca (DKR/tonelada)	580	580	580	1. 10
Alemania (DM/tonelada)	110	150	110	1. 10
España (PTA/tonelada)	8	9	8	1. 10
Francia (FF/tonelada)	400	500	400	1. 10
Irlanda (IRL/tonelada)	85	86	72	1. 10
Italia (LIT/tonelada)	120	120	90	1. 9
Países Bajos (HFL/tonelada)	170	170	130	1. 10
Reino Unido (UKL/tonelada)	60	62-65	52-55	1. 10

Dadas las circunstancias es evidente que esta fue una lista de los incrementos de precios que habían sido acordados en el PG Paperboard para cada calidad en cada una de las monedas nacionales (véase también el considerando 79 para la vinculación entre Finnboard, el PWG y el NPI).

En Rena, la Comisión obtuvo también notas manuscritas correspondientes a la reunión del JMC del 6 de septiembre de 1989, redactadas por quien entonces era su director de ventas. La nota, de nueve páginas de extensión, recoge detalles de los incrementos de precios que habían sido anunciados en cada divisa y valora la reacción de los clientes y los pasos que ya se habían dado para aplicar el incremento en cada mercado nacional. Los incrementos mencionados en la nota manuscrita para cada una de las divisas corresponden con los reseñados en la lista mecanografiada antes citada.

Aunque no se incrementaron los precios de GD, en aquella fecha se había acordado una nueva estructura para los pequeños excesos de pedidos: la nota de Rena señala «la diferencia de precio GC-GD es cercana al 40 %; nadie debería servir pedidos sin suplemento en precios desde 1/10».

La nota recoge también los nuevos precios de catálogo para la calidad GC2 y para cada categoría de cliente (AA, A, B y C) en cada mercado nacional, y que debían entrar en vigor el 1 de octubre:

	B	D	F	I	NL	UK	CH
AA		200					
A	41	202	660	1 410	227	67,20	163
B	42	206	700	1 460	232	74,80	168
C	45,5	210	720	1 560	242	77,80	178

(81) Finnboard inició la subida del 1 de octubre, habiendo ya comenzado a «preparar el terreno» en el mes de junio al dar instrucciones a sus agencias de venta de que advirtiesen a los clientes que en otoño se produciría un incremento y de que preparasen las cartas que lo anunciarían.

El 30 de junio, Finnboard comunicó a sus oficinas nacionales de ventas el importe del incremento de precios que había de entrar en vigor el 2 de octubre. Durante el mes de julio se informó a los clientes.

Los incrementos de precios comunicados por Finnboard corresponden exactamente con los que aparecen en la lista obtenida en Rena.

Cascades envió distintos télex a sus agentes de ventas aproximadamente en las mismas fechas en que Finnboard dio instrucciones a los suyos para que aplicaran los mismos incrementos de precio. Había que comunicar los nuevos precios a los clientes entre el 20 y el 30 de julio.

MoDo había comunicado también a sus oficinas de venta a finales de junio su intención de incrementar los precios para los productos GC procedentes de TBM en cerca de un 8 % a partir del 1 de octubre. Su documentación interna (desde comienzos de julio) refleja que basaba sus incrementos propuestos en los reflejados en la lista de Rena.

Por su parte, Feldmühle parece haber solicitado la confirmación de sus oficinas de ventas nacionales de que Finnboard había efectivamente enviado su circular sobre precios, antes de «seguir» la iniciativa. Los incrementos de precios de Feldmühle eran idénticos a los de la lista mecanografiada y a los de otros productores.

Kopparfors comunicó el mismo incremento de precios a sus agencias de ventas el 13 de julio, ordenándoles que informasen a los consumidores a más tardar durante la semana siguiente.

Salvo contadas excepciones, todos los fabricantes de GC subieron sus precios con arreglo a los importes reseñados en la lista que la Comisión obtuvo en Rena (véase el considerando 80).

Enso-Gutzeit subió sus precios para las calidades SBS de acuerdo con lo mencionado en la lista, y, según se puede deducir de la documentación disponible, otro tanto hizo el otro único fabricante de SBS, Iggesunds Bruk (MoDo).

Muchos clientes protestaron ante el tercer incremento de precios (para las calidades GC) en doce meses e insistieron en que sería difícil repercutirlo sobre los usuarios finales.

(82) La nota hallada por la Comisión en FS-Karton (M-M) de la reunión del Economic Committee de 3 de octubre de 1989 (véase el considerando 50), subraya la importancia de la interrupción de la producción y de la cartera de pedidos pendientes a la hora de poner en práctica el incremento de precios. La Comisión obtuvo también en las instalaciones de FS-Karton una nota correspondiente a una reunión del JMC celebrada dos semanas después del 1 de octubre, fecha en la que entró en vigor el incremento de precios, en la que se refleja la manera en que los fabricantes efectuaban un seguimiento de la aplicación de la subida. Esta nota, titulada «Vertraulicher Bericht» («informe confidencial») contiene una reseña de la reunión del JMC celebrada el 16 de octubre de 1989. Los fabricantes asistentes a la misma informaron sobre la situación en cada mercado nacional del incremento de precios de las calidades GC. La situación de la cartera de pedidos se consideraba claramente un factor muy importante con vistas a lograr que el incremento prosperase.

La nota de FS-Karton sobre esta reunión muestra también la forma en que los fabricantes intentaron determinar y resolver en el JMC las distintas dificultades surgidas a la hora de aplicar la iniciativa concertada. La nota menciona los casos de algunos fabricantes que, según los demás, no habían mostrado excesivo entusiasmo a la hora de apoyar la subida de precios. En este sentido, se denunció que Cascades (que por lo general no asistía a este tipo de reuniones) continuaba ofreciendo «precios demenciales» en los Países Bajos, con lo que creaba dificultades a los finlandeses y a KNP.

Los fabricantes que actuaban como líderes del mercado en mercados nacionales concretos deseaban que los demás mostrasen la misma firmeza que ellos. De esta forma, Finnboard anunció en Bélgica que iban a seguir una línea dura y que esperaban que otro tanto hiciesen CBC, Cascades y KNP. En Italia, Saffa se quejó del bajo precio de las importaciones y rogó a Kopparfors, Finnboard y Cascades que respetaran los niveles de precios acordados.

f) *Abril 1990*

(83) A finales de 1989, se había alcanzado el objetivo de incrementar los niveles de los precios en un 15 %, objetivo mencionado en la nota de Rena correspondiente a la reunión del NPI del 3 de octubre de 1988 (véase el considerando 58). Se acordó otro incremento de precios, en principio a finales de 1989, para las calidades GC y GD, que debía entrar en vigor en abril de 1990, aunque en aquel momento el precio de la fibra de madera estaba bajando.

Los días 18 de octubre y 28 de noviembre de 1989 se celebraron reuniones del PWG seguida, la de este último día, por una President Conference, y el día 29 de noviembre una reunión del JMC. En diciembre se estaba «preparando» ya el mercado para un incremento cercano al 8 %.

La Comisión obtuvo en Rena otra lista mecanografiada, de un formato muy similar al de la hallada en Finnboard (UK) Ltd, pero en este caso con una fecha: 3 de diciembre, tan sólo unos días después del último JMC, y reflejando el importe de los incrementos propuestos que debían entrar en vigor el 1 de abril de 1990, para cada calidad en cada una de las divisas. El incremento es de 13 marcos alemanes por cada 100 kilogramos para las calidades GC, 11 marcos alemanes para las GT y 10 marcos alemanes para las GD. Al igual que la otra lista obtenida en Rena, ésta debió haberle sido también entregada por el del NPI o por uno de sus miembros (véase el considerando 80). Una vez más, la deduccion evidente es que la lista facilita el incremento de precio y las fechas decididas por el PG Paperboard.

Los incrementos de precios para los mercados comunitarios eran los siguientes:

	GC	GT	GD	Fecha
Bélgica (BFR/tonelada)	2 500	2 500	2 500	1. 4
Alemania (DM/tonelada)	130	110	100	1. 4
España (PTA/kilogramo)		5	5	1. 1
Francia (FF/tonelada)	400	450+	400	1. 4
Irlanda (IRL/tonelada)	45		45	1. 4
Italia (LIT/kilogramo)	90	70	70	1. 4
Países Bajos (HFL/tonelada)	130	110	100	1. 4
Reino Unido (UKL/tonelada)	45	45+	45(1)	1. 4

(1) Incremento para material importado.

(84) Durante la investigación efectuada en las instalaciones de FS-Karton, la Comisión descubrió una nota detallada correspondiente a una importante reunión del JMC. Esta nota, manuscrita por el jefe de ventas, está fechada el 11 de enero de 1990.

Dicha reunión hacía referencia a la aplicación, por parte de los productores, de la iniciativa de precios de marzo/abril. La nota facilita en primer lugar el número de días para los que Feldmühle, FS-Karton, Finnboard, Iggesund (incluido TBM), Cascades y Kopparfors tenían pedidos pendientes.

También se daban los días de cierre previstos para las vacaciones de Navidad (véase la primera declaración de Stora, página 14, apartado sobre coordinación de las «interrupciones de producción»).

En la segunda página de la nota se recogen los nombres de una serie de importantes productores: Kopparfors; M-M/FS-Karton; Finnboard; Feldmühle, Thames/Iggesund; Cascades y M-M Eerbeek. Al lado de la mayor parte de los nombres aparece escrita una fecha o un número de semanas.

(85) La nota indica claramente que los productores habían «organizado» el anuncio del aumento de

precios de forma que pudiera negarse su carácter de concertación con ciertas expectativas de verosimilitud y que la iniciativa de precios del sector pudiera explicarse como una acción sobre los precios de un gran productor, sin carácter colusorio.

— Así, Kopparfors anunciaría el 12 de enero de 1990 que aumentaría sus precios a partir del 1 de abril.

— De la misma forma, las fechas «18/1 zum 1/3» («18/1 para 1/3») significaban, en el caso de M-M, que dicho fabricante anunciaría el 18 de enero de 1990 que sus precios iban a aumentar a partir del 1 de marzo.

— Cascades anunciaría su aumento el 25 de enero (25/1), excepto en el caso de Francia, donde el anuncio se llevaría a cabo el 5 de enero.

— Finnboard lo anunciaría el 31 de enero, o en torno a dicha fecha.

— Feldmühle debía hacerlo el 29 de enero.

— Thames/Iggesund debía actuar durante la quinta semana del año.

Junto al nombre de Thames/Iggesund consta la referencia «GC/GZ + 13» (de hecho, TBM e Iggesunds Bruk incrementaron sus precios para dichas calidades en Alemania en 13 marcos alemanes). Bajo el encabezamiento «Inglaterra» aparece la cifra de 54 libras esterlinas para GC2 y 58 libras esterlinas para GC1: posteriormente, todos los principales fabricantes comunicaron exactamente este incremento de precios (una nota hallada en Iggesund Board Sales en el Reino Unido señala que el plan inicial elaborado a finales de 1989, consistente en incrementar en 45 libras esterlinas todas las calidades, según la lista de precios del NPI, había sido modificado: el incremento de 45 libras esterlinas sólo se aplicaba a las calidades GD).

La nota de FS-Karton finaliza con una lista comparativa de los precios «antiguos» y los «nuevos» para las calidades GC2 en Alemania y para las distintas categorías de clientes (AA, A, B, C y D). Los nuevos precios habían de entrar en vigor el 1 de abril de 1990, permaneciendo vigentes hasta el 30 de septiembre. Los «antiguos» precios reflejados son los mismos que los apuntados por Rena en la nota manuscrita de la reunión del 6 de septiembre de 1989 (véase el considerando 80, final) para su entrada en vigor en Alemania el 1 de octubre de 1989:

	Antiguo	Nuevo
AA	200	213
A	202	215
B	206	219
C	210	223
D	215	228

(86) Adjunto a la nota de FS-Karton se encontró un borrador de carta de incremento de precios, procedente de Kopparfors, fechada el 12 de enero de 1990 (la fecha establecida para el anuncio de Kopparfors) y por la que se comunicaba a los clientes que los precios subirían 13 marcos alemanes por cada 100 kilogramos, el mismo importe que aparecía en la nota de FS-Karton.

La carta que Kopparfors envió a sus clientes alemanes anunciando los precios llevaba la misma fecha, 12 de enero.

Las fechas consignadas en la nota de M-M correspondientes a la fecha en que los demás fabricantes importantes debían enviar sus notificaciones de incremento de precios corresponden prácticamente con exactitud en cada caso con las cartas que aquellos enviaron a sus clientes.

Los incrementos de precios anunciados por los principales fabricantes en cada mercado nacional corresponden también con los reflejados en la lista de precios manuscrita obtenida en Rena (véase el considerando 83). La única diferencia era que en lugar de un incremento de 45 libras esterlinas en el Reino Unido para todas las calidades, conforme a lo planeado originalmente, los incrementos de precios GC fueron de 54-58 libras esterlinas (véase el considerando 85).

Las cartas de Finnboard a sus clientes (enviadas el 31 de enero o en fecha cercana) para la mayor parte de los mercados reflejaban el incremento de precios como un porcentaje, pero sus instrucciones internas en las que se describe los incrementos mínimos exigidos en cada mercado son las reflejadas en la lista de NPI (pero también en este caso con el incremento de precios del Reino Unido entre 54 y 58 libras esterlinas).

Se dispone de documentación correspondiente prácticamente a todos los demás fabricantes de cartoncillo que refleja que participaron en este incremento de precios concertado. En aquella época, con la excepción de Enso-Gutzeit (y ahora de Badische) todos ellos asistían a las reuniones del JMC.

Los fabricantes de calidades SBS parecen haber incrementado sus precios en la misma cantidad que los fabricantes de GC. Las cartas de incrementos de precio de Enso-Gutzeit correspondientes a aquellos mercados para los que se dispone de documentación, y que corresponden al incremento de precios de abril (Francia y el Reino Unido, en Alemania no subieron los precios hasta el 1 de junio), contienen unos incrementos de precios similares a los del otro fabricante de SBS, Iggesunds Bruk. El incremento de precios anunciado por Enso, de un 8,5 % para el Reino Unido, es también exactamente igual al notificado por Finnboard para sus calidades GC para artes gráficas que compiten con la calidad SBS de Enso «Ensocoat». También existen pruebas documentales (véase el considerando 97) que apuntan hacia una colusión entre

Iggesund, Enso, Kopparfors y Finnboard en cuanto a los incrementos de precios para las calidades destinadas a artes gráficas en el Reino Unido en esta ocasión.

g) *Enero de 1991*

(87) A raíz de las peticiones de los clientes, que alegaban que los usuarios finales esperaban que los precios de las cajas se mantuviesen fijos durante doce meses, el PWG decidió que en lo sucesivo sólo habría un incremento de precios cada año.

En junio de 1990 se había acordado un incremento de precios (aplicable desde el 1 de octubre) para las calidades GC y GD, pero se aplazó hasta enero de 1991.

La Comisión obtuvo en Rena un grupo de notas manuscritas detalladas referentes a la reunión que el JMC celebró en Zurich el 6 de septiembre de 1990.

La nota comienza con una comparación de las ventas comunitarias de calidades GC1 y GC2 en 1989 y 1990 y con el esbozo de un gráfico que refleja la evolución de la cartera de pedidos. A continuación aparece un cuadro que recoje el número de días para los que se disponían pedidos en cada uno de los principales fabricantes: Béghin (Stora); La Rochette, Duffel y Djupafors (Cascades); Eerbeek y Deisswil (M-M); Feldmühle y Kopparfors (actualmente ambos propiedad de Stora); Kyro, Simpele, Tako e Ingerois (todas ellas fábricas de Finnboard). Algunas de las fábricas nombradas tenían pedidos sólo para unos pocos días y el autor señala que pensaban interrumpir la producción en un futuro próximo.

La nota de Rena prosigue:

«Se anunciará el incremento de precios *la próxima semana de septiembre*

Francia	40 FF
Países Bajos	14 HFL
Alemania	12 DM
Italia	80 LIT
Bélgica	2,50 BFR
Suiza	9 SFR
Reino Unido	40 UKL
Irlanda	45 IRL

Todas las calidades deberán incrementarse en una cuantía igual GD, UD GT, GC, etc.».

A continuación señala:

«Sólo un incremento de precios cada año.
Para entregas después del 7 de enero.
No más tarde del 31 de enero.
14 de septiembre carta con incremento precios (Mayr-Melnhof).
19 de septiembre Feldmühle envía su carta.
Cascades antes de finales de septiembre.
Todos deben haber enviado sus cartas antes del 8 de octubre.».

Los incrementos de precios habían de ser confirmados en un una reunión de presidentes (presumiblemente un PWG) prevista para el 10 de septiembre (sin embargo, ninguno de los fabricantes ha manifestado que en dicha fecha haya habido una reunión del PWG).

La nota recoge luego los precios vigentes antes del incremento propuesto, es decir, los establecidos en principio para el 1 de abril 1990, para las calidades GC2 y GD2 y para cada categoría de clientes (AA, A, B y C) en cada mercado de los Estados miembros. Es de destacar que los precios correspondientes a Alemania para la calidad GC2 son los mismos (AA = 213 marcos alemanes; A = 215; B = 219 y C = 223) que los consignados en la nota encontrada en FS-Karton de 11 de enero de 1990 (véase el considerando 85). En la mayor parte de los demás mercados, los precios correspondientes a la calidad GC2 suponen también un incremento de los precios del 1 de octubre de 1989 tal y como había anotado Rena (véase el considerando 80), que corresponde con los incrementos de precios previstos para el 1 de abril (véase el considerando 83), por ejemplo, clientes A belgas: 43,50 francos belgas (41 + 2,5); clientes A franceses: 700 francos franceses (600 + 40); 726 libras esterlinas (672 + 54).

(88) El 7 de septiembre, es decir el día siguiente a la reunión del JMC en Zurich, el director de marketing de M-M envió un telefax al director de ventas del grupo en Alemania (normalmente asistían ambos a las reuniones), dándole instrucciones de que enviase a los clientes el 14 de septiembre una carta con los incrementos de precios. Se adjuntaba un borrador de esta carta que reflejaba un incremento de 12 marcos alemanes, efectivo a partir del 7 de enero. De hecho, las cartas de incremento de precios enviadas originalmente con destino a Alemania por FS y M-M, daban un incremento de 14 marcos alemanes, pero posteriormente M-M rebajó esta subida hasta 12 marcos alemanes. Para los demás países, el incremento de precios de M-M fue exactamente el reflejado en la nota de Rena.

Feldmühle había decidido incrementar los precios en los 12 marcos alemanes a que se refiere Rena, pero esperaba la confirmación de que M-M había anunciado públicamente su incremento antes de decidir el importe definitivo en cada divisa. La carta de Feldmühle correspondiente a Alemania estaba, efectivamente, fechada el 19 de septiembre de 1990, tal y como se preveía en la nota de Rena.

Cascades debía informar a sus clientes «antes de finales de septiembre»: la Comisión obtuvo en Cascades un borrador de carta fechada el 25 de septiembre 1990, en la que se comunicaba el incremento de 40 francos franceses a partir del 7 de enero de 1991. De hecho, la carta de Cascades

correspondiente a Francia tenía fecha de 3 de octubre de 1990 y sirvió de modelo para los anuncios de sus oficinas de ventas en otros mercados nacionales.

Los incrementos de precios comunicados a sus clientes por Feldmühle (y por sus fabricantes asociados en el grupo Stora, inclusive Kopparfors), Cascades y M-M corresponden exactamente con los mencionados en la nota de Rena, con la excepción de que M-M anunció inicialmente 14 marcos alemanes en lugar de 12 marcos alemanes.

Al igual que una lista hallada en Fiskeby, el nuevo catálogo de precios de Iggesund Paperboard (Workington) Ltd (antiguamente TBM), que recoge la subida en cada mercado nacional, muestra también un parecido considerable con la nota encontrada en Rena.

(89) Por lo que a los demás fabricantes se refiere, no siempre se dispone de todas las cartas comunicando los incrementos de precios a los distintos mercados nacionales, pero de las cartas de comunicación de precios a los clientes y otros documentos internos sobre precios de que dispone la Comisión, se desprende que los fabricantes aplicaban las subidas acordadas en la reunión del JMC.

La nota de Rena no reflejaba ningún incremento de precios acordado para España, pero los principales fabricantes suministradores de este mercado (Cascades, Feldmühle, Finnboard, MoDo y Tampella Española) anunciaron todos ellos un incremento de 5 pesetas españolas por kilogramo.

Mientras la mayor parte de los productores informaron a sus clientes que sus aumentos se aplicarían a las entregas efectuadas a partir de comienzos de enero de 1991 (2 o 7 de enero), Finnboard anunció sus aumentos (6-7 % = 12 marcos alemanes o equivalente) el 5 de octubre de 1990, aplicables en todos los mercados a partir del 28 de enero.

El aumento de Iggesund también debía aplicarse en el Reino Unido el 28 de enero, algo después que en los demás mercados. Por consiguiente, resultó que la iniciativa de precios no sería efectiva hasta el mes de febrero. Posteriormente, Iggesund anunció que aplazaba la entrada en vigor del aumento, para las calidades GC, hasta el 1 de abril. Se consideró que la iniciativa de precios correspondiente a las calidades GD había sido un éxito total en todos los mercados europeos a mediados de enero. No obstante, para las calidades GC, el aplazamiento de la subida por parte de Iggesund hasta el 1 de abril y la amplia resistencia de los consumidores del Reino Unido y de Francia parecen haber retrasado la aplicación hasta el mes de abril.

(90) En el Anexo de la presente Decisión se recogen los datos detallados disponibles en cuanto a los incrementos de los precios de catálogo aplicados por los productores o comunicados a los clientes por sus oficinas o agentes de ventas en los distintos mercados nacionales, correspondientes a cada una de las siete iniciativas de precios conocidas y descritas en los considerandos 74 a 89.

4. Puesta en práctica de las decisiones sobre precios del PG Paperboard en los mercados nacionales

a) *Consideraciones generales*

(91) Entre las competencias del JMC se incluía la comparación de los precios facturados a algunos clientes importantes y el estudio detallado de la puesta en práctica a escala nacional de las decisiones sobre precios tomadas por el PWG para las calidades GC y GD (primera declaración de Stora, página 8).

No se sabe si, junto con las reuniones nacionales preparatorias del «Economic Commitee» (véase el considerando 50), existía en toda Europa también un sistema institucionalizado de reuniones locales periódicas en cada país, destinado a aplicar las subidas de precios acordadas previamente para cada mercado de los Estados miembros.

No obstante, se puede afirmar con seguridad que sí existía en varios mercados nacionales importantes ya que en varias de las empreses se ha encontrado documentación referente a Alemania, Francia y al Reino Unido.

b) *Alemania*

(92) Una nota encontrada en FS-Karton y fechada a comienzos de 1991 refleja claramente los resultados de una reunión con otros fabricantes, aunque M-M lo niegue.

La nota se refiere al mercado alemán y abarca tanto calidades GD como GT. Pretende reflejar el porcentaje de las cuotas de mercado (en 1990) del Grupo M-M, Feldmühle, Buchmann, Weig, Europa Carton, Cascades, Laakmann, Saffa, Gruber & Weber y De Eendracht.

La nota prosigue reseñando el número de días para los que disponen de pedidos la mayor parte de los fabricantes y concluye con un breve informe sobre los precios para los principales clientes en Alemania.

c) *Francia*

(93) Por lo que se refiere a Francia, tal y como muestran dos cuadros de precios hallados en Cascades, los tres proveedores principales, Aussedat-Rey (De Lancey), Béghin y Cascades, discutieron detalladamente la concertación de los precios que se deberían facturar a cerca de 80 clientes en los dos incrementos programados para 1988. Los documentos recogen los «prix planchers définis après hausse» (precios mínimos establecidos tras el incremento) de las calidades UC, GC1 y GC2, comparando los precios antiguos con los nuevos que

habrá de pagar cada cliente, una vez haya entrado en vigor la subida.

Otro documento encontrado en Cascades, y claramente relacionado con el mismo ejercicio, recoge el tonelaje suministrado por unos productores denominados A', B' y C' a cada cliente en Francia, durante 1987, junto con el «precio mínimo aplicable a cada cliente» a partir del 1 de marzo de 1988, para las calidades UC, GC1 y GC2 (A es «Aussedat-Rey», es decir De Lancey; B es «Béghin» y C «Cascades»).

Cascades admite que el 19 de enero y el 10 de mayo de 1988 se celebraron unas reuniones en París a las que asistieron los tres productores franceses, «con objeto de analizar el mercado francés del cartoncillo» (respuesta con arreglo al artículo 11, de 19 de agosto de 1991).

Teniendo en cuenta el contexto y las fechas, estas reuniones deben haber formado parte del plan general para incrementar en dos fases el nivel de precios del cartoncillo durante 1988, lo cual supone calcular, cliente por cliente, los objetivos de precios en Francia según se establecieron en el JMC (véase el considerando 77).

Agentes de la Comisión descubrieron también en Cascades distintos cuadros en los que figuraban los principales clientes de Cascades en Francia, junto con el tonelaje suministrado a cada uno de ellos por los distintos fabricantes durante varios períodos o meses de 1988 en comparación con los resultados del año anterior.

Los fabricantes que aparecen en dichos cuadros son Cascades, CBC (Stora), De Lancey, Feldmühle (Stora), FS-Karton (M-M), KNP, TBM (MoDo), Kopparfors (Stora), Finnboard, Djupafors y Duffel (estos dos últimos pertenecientes actualmente a Cascades).

d) *Reino Unido*

(94) En el Reino Unido, la «Paper Agents Association» (PAA), que representaba a los importadores de cartoncillo, celebró reuniones periódicas de un grupo llamado «sección 4» que se ocupaba del cartoncillo. En este grupo estaban representadas las empresas filiales de los fabricantes y los agentes de ventas independientes. Las actas oficiales de las reuniones contienen referencias, entre otras cosas, a discusiones sobre la «situación del mercado», las cuales, aun siendo legalmente dudosas, se presentan como de carácter general. Las notas personales redactadas por tres participantes distintos en algunas de estas reuniones presentan una imagen muy distinta de lo ocurrido realmente.

La reunión celebrada el 23 de enero de 1990 contó con una asistencia especialmente numerosa, siendo uno de los principales puntos de discusión el incremento de precios que se debería adoptar durante el mes de abril. Ésta era la iniciativa de precios prevista en la reunión del JMC a que se refiere la nota de FS-Karton fechada el 11 de enero de 1990 (véase el considerando 84). La nota interna sobre la reunión del PAA, redactada por Kopparfors, contiene más información al respecto que las actas oficiales. Tras observar que tanto los representantes de Iggesund (MoDo) como de M-M informaron a la reunión sobre su política de interrumpir la producción antes que bajar los precios, la nota prosigue:

> «Precios. Iggesund anuncia un incremento del 9,5 % desde el 1 de abril. Finnboard señala que también suben los precios pero sin cuantificarlo. Saffa también incrementará en esa fecha 45 libras esterlinas por tonelada».

La carta de Iggesund en la que se anunciaba el aumento del 9,5 % en el Reino Unido estaba fechada el 11 de enero. Finnboard dio instrucciones a su oficina de ventas en el Reino Unido, el 25 de enero, para que enviase cartas a los clientes antes del 31 de dicho mes anunciando un incremento del 10 % [1] para las calidades destinadas a embalaje y de 8,5 % para las calidades destinadas a artes gráficas, mientras que las 45 libras esterlinas a las que, al parecer, se refirió Saffa en la reunión, coinciden con el aumento de precios para GD recogido en la lista obtenida en Rena y figuran en la carta enviada a sus clientes y fechada el 22 de enero de 1990.

Los fabricantes cuyos agentes o filiales asistieron a la reunión eran: Badische (KNP), CBC (Stora), Cascades, De Eendracht, Deisswil (M-M); Feldmühle (Stora), Finnboard, Fiskeby, Kopparfors (Stora), Laakmann, M-M, MoDo, Rena, Sarrió-Saffa y Weig.

(95) La nota redactada por el representante de MM Pegg correspondiente a la siguiente reunión del PAA, celebrada el 4 de abril de 1990, y enviada a M-M en Viena, refleja un tono similar:

> «*Thames Board* (Iggesund) tres semanas de adelanto. Demanda británica inferior al mismo período de 1989. Preferible interrumpir a bajar precios. Incremento de precios de abril aplicado plenamente.
>
> *Finnboard* 20/25 días de adelanto. Incremento de precios de abril puesto en práctica. También coincide en interrumpir antes que bajar precios . . .».

El autor señala: «Estas notas señalan la respuesta de cada fabricante. Me gustaría conocer si hay variaciones al comparar con los informes procedentes de los propios fabricantes [2]. Sería interesante para la próxima reunión (PAA) de 27 de junio».

[1] En estas mismas instrucciones el incremento mínimo de precio exigido por Finnboard para las calidades GC1 y GC2 era de 58 libras esterlinas y 54 libras esterlinas respectivamente, tal y como se mencionaba en la nota de FS-Karton (véase el considerando 85).

[2] Clara referencia a la práctica del JMC de que cada fabricante comunicase sus propias carteras de pedidos.

A la reunión celebrada el 4 de abril de 1990 asistieron agentes o sucursales de ventas de Badische (KNP), Cascades, Deisswil (M-M), Finnboard, Fiskeby, De Eendracht, Laakmann, M-M, MoDo, Saffa y Kopparfors (Stora).

(96) Las notas internas preparadas por Iggesund Board Sales (empresa que vendía en el Reino Unido las calidades destinadas a artes gráficas) de la reunión del PAA de 18 de septiembre de 1990, confirman que se discutió detalladamente la postura de cada fabricante y la aplicación del incremento de precios que había sido decidido en la reunión del JMC de 6 de septiembre.

Los fabricantes representados en esta reunión, bien mediante sus sucursales de venta o bien mediante sus agentes, eran: Badische (KNP), Cascades, Deisswil (M-M), Finnboard, De Eendracht, Laakmann, M-M, MoDo, Rena, Saffa, Stora y Weig.

(97) Otra nota encontrada en Iggesund Board Sales durante las investigaciones hace clara referencia a una connivencia a la hora de determinar los precios entre los fabricantes de cartón satinado para artes gráficas (que abarca tanto la calidad SBS como la GC de calidad superior) con ocasión del incremento de precios aplicable en el Reino Unido a partir del 2 de abril de 1990. Junto con algunas anotaciones relativas a la cuantía del incremento de precios dos referencias a los «presidentes» y una referencia a «Enso/Finnboard/Stromsdahl», la nota contiene una lista de nombres de directores de marketing o directores de Iggesund, Kopparfors, Enso-Gutzeit y Finnboard. Estos productores son los principales proveedores en el Reino Unido de las calidades destinadas a artes gráficas.

En respuesta a una solicitud de información con arreglo al artículo 11, MoDo afirmó que, al utilizar la palabra «presidentes», el autor citaba inocentemente a un colega sueco que quería así referirse a los altos directivos de las oficinas centrales en Finlandia y Suecia de los competidores de Iggesund, los cuales, en su opinión, tenían la costumbre de acompañar al personal local de ventas en el Reino Unido cuando visitaban a sus clientes para negociar los precios.

En la documentación obtenida por la Comisión no existe dato alguno que corrobore la existencia de dicha costumbre.

El autor de esta nota asistió con regularidad a las reuniones del PAA. Estuvo en las reuniones del PAA de 23 de enero de 1990 y 4 de abril de 1990, es decir cuando se planeó y aplicó el incremento de precios de 2 de abril. Iggesund atribuye a la nota la fecha de 3/14 de enero de 1990, es decir muy próxima a la reunión del JMC en la que se comunicó a los demás participantes en el cartel el orden previsto de los «anuncios» de precios de los principales fabricantes, inclusive Iggesund (véase el considerando 84). La carta con los incrementos de precios de Iggesund correspondientes a las calidades para embalaje se envió el 11 de enero, pero según una nota interna pretendía «dejar que las de artes gráficas esperen una o dos semanas más y esperar a ver qué sucede».

Existe un número de similitudes importantes entre los precios correspondientes al Reino Unido reseñados en esta nota, los reseñados en la nota de M-M correspondiente al JMC de 11 de enero de 1990 (véase el considerando 84) y los de la nota de la PAA de 23 de enero de 1990 redactada por Kopparfors.

Los proveedores de cartoncillo para artes gráficas mencionados en la nota de Iggesund aumentaron todos sus precios de catálogo en el Reino Unido en unos importes similares o idénticos.

Las trabajosas explicaciones dadas por MoDo en cuanto a lo que significaba la palabra «presidentes» y su afirmación de que «la nota no contempla ni se refiere a contacto alguno entre las empresas de Iggesund y cualquiera de las personas mencionadas», no son de recibo teniendo en cuenta todas las pruebas documentales de la colusión mencionadas en la presente Decisión.

(98) La PAA era la asociación comercial de los importadores de cartoncillo. Los tres únicos fabricantes que disponían de instalaciones de fabricación en el Reino Unido —TBM [posteriormente Iggesund Paperboard (Workington) Ltd], Reed P&B (que posteriormente pasaría a formar parte de SCA) y Newton Kyme (actualmente parte de Stora)— tenían su propia asociación comercial independiente, la Association of Cartonboard Manufacturers («ACBM»).

Las actas oficiales de esta asociación, al igual que las de la PAA, muestran que, entre otras cosas, les preocupa en gran manera la «situación del mercado»; los productores intercambiaban información sobre sus respectivas carteras de pedidos, interrupciones de la producción y niveles de producción.

Estas actas oficiales no recogen los debates sobre precios propiamente dichos, aunque varios de los directivos de las empresas que asistían a las reuniones de la ACBM representando a TBM y a Reed P&B, eran los mismos que lo hacían en el JMC o en la «President Conference».

(99) Al recibir de la «British Carton Association» (o BCA, que representaba a sus clientes) las actas de una reunión conjunta ACBM/BCA, celebrada el 19 de octubre de 1990, los miembros de la ACBM negaron tajantemente algunos párrafos de las actas (relativamente anodinos) que hacían referencia al calendario de los incrementos de precios. Este

aspecto se discutió durante la asamblea general anual de la ACBM, el 6 de diciembre de 1990, en la cual, entre los representantes del grupo Iggesund y de SCA (que había absorbido a Reed P&B), se incluían personas que habían asistido con regularidad a las reuniones del JMC. Ya entonces los miembros de la ACBM conocían perfectamente la denuncia que la BPIF había presentado ante la Comisión. Se decidió enviar cartas de protesta a la BCA. Estas cartas habían de ser enviadas por un director de TBM a quien se atribuían ciertas observaciones polémicas y por el nuevo presidente de la ACBM (que era también director de TBM).

La primera carta afirmaba que:

> «... una vez más, las recientes iniciativas de la BPIF nos recuerdan que debemos ser meticulosos en lo que discutimos en presencia de nuestros competidores y en cómo estas discusiones se reflejan por escrito».

La segunda carta del presidente de la ACBM afirmaba también que las actas no constituían una reseña precisa de las discusiones colectivas y proseguía destacando el mismo aspecto que su colega:

> «A la luz de los últimos acontecimientos, la ACBM piensa que es absolutamente necesario que las reuniones se atengan estrictamente a las normas europeas de competencia, y que ello se vea así desde fuera. La ACBM se muestra especialmente preocupada porque en la última reunión conjunta la BCA planteó el tema del calendario de las revisiones de precios. Consideramos que hay quienes podrían interpretar que estas discusiones no se ajustan estrictamente a la normativa comunitaria».

Los «últimos acontecimientos» eran, obviamente, la denuncia de la BPIF a la Comisión y la publicidad que la primera había desencadenado. No existe ninguna prueba directa de que la ACBM sirviese de foro para la determinación de los precios. No obstante, varios de los participantes en la misma estaban representados por las mismas personas que asistían a las reuniones del JMC. Por lo tanto, cabe poner en duda si sus miembros eran tan meticulosos a la hora de evitar el tema de los precios en sus reuniones como podrían sugerir las cartas antes citadas. Lo que sí revela claramente este episodio es que tanto los representantes en el Reino Unido de Iggesund como de Reed P&B (por entonces parte de SCA) que asistían a las reuniones del JMC conocían perfectamente las disposiciones del artículo 85 del Tratado.

5. Efectos de las iniciativas concertadas de precios sobre los niveles de los precios

(100) Las instrucciones «internas» sobre precios, las cartas a los clientes comunicando los incrementos, así como la demás documentación al respecto de la mayoría de los fabricantes de cartoncillo correspondiente al período al que se refiere la presente Decisión, se obtuvieron durante las investigaciones o, posteriormente, con arreglo al artículo 11. A pesar de que existen algunas lagunas en la documentación, es evidente, según se desprende de las cartas que anunciaban los precios (véase el Anexo), que los fabricantes de cartoncillo habían adoptado la práctica invariable de aplicar los incrementos de precio que habían sido acordados y programados detalladamente durante las reuniones del PG Paperboard.

La documentación muestra también que el sistema de precios denominado «equivalente» o «paneuropeo» había sido aplicado, con unos niveles de precio de catálogo similares, simultáneamente en toda Europa.

(101) Según se puede ver en su documentación interna sobre precios, los fabricantes no sólo anunciaban los incrementos de precios acordados sino que también, con raras excepciones, tomaban las medidas necesarias para garantizar que dichos incrementos se aplicaran a los clientes. Las iniciativas de precios fueron consideradas un éxito en su mayor parte. Si el primer incremento de precios de 1988 no supuso un aumento de los precios netos medios equivalente a los importes anunciados, sí consiguió invertir el descenso de los precios y eliminó los precios sumamente bajos y las grandes diferencias entre los mismos.

Durante 1989 y 1990, se alcanzó el objetivo reconocido de incrementar en un 15 % los niveles efectivos de precios.

En muchas ocasiones, y según muchas referencias, los fabricantes consiguieron que los clientes pagasen todo el importe del incremento. Esto no quiere decir, lógicamente, que el efectivo neto medio por tonelada de cada fabricante subiese inmediatamente de forma equivalente al importe total del incremento de precios anunciado.

Es cierto que, en principio, el incremento de precios se anunciaba normalmente como un incremento a tanto alzado (por ejemplo, 15 marcos alemanes por 100 kilogramos), aplicable a todos los clientes, independientemente del precio que estuvieran pagando. No obstante, la estructura de los precios del cartoncillo es compleja y un incremento por un importe concreto del precio básico (para lotes de 10 o 15 toneladas) podía de hecho suponer un incremento algo menor del precio final neto una vez aplicados descuentos y rebajas.

Además, la práctica de anunciar con varios meses de anticipación un incremento (de tal forma que los clientes podían, a su vez, repercutir el incremento de precios a los usuarios finales), podía también incitar a los clientes a intentar negociar el volumen del incremento anunciado con los fabricantes antes de que este fuese efectivo, aunque: a) el anuncio prácticamente simultáneo de un mismo incremento por parte de todos los productores en toda Europa occidental recortaba la capacidad de los clientes de enfrentar a un posible

suministrador con otro, y b) la publicidad que los fabricantes daban al equilibrio entre oferta y demanda a partir de 1988 en adelante, recalcaba ante los clientes la decisión común de los fabricantes de aplicar los incrementos.

Aunque todos los fabricantes se mantuviesen decididos a aplicar plenamente el incremento, las posibilidades de los clientes de pasarse a una calidad o producto más barato significaba que un fabricante suministrador podría tener que efectuar algunas concesiones a sus clientes tradicionales por lo que se refiere al calendario, u ofrecerles unos incentivos adicionales en forma de descuentos en el tonelaje o rebajas por pedidos grandes con objeto de que el cliente aceptase íntegramente el incremento del precio básico. Por consiguiente, era inevitable que el incremento de precios requiriese algún tiempo antes de su aceptación.

(102) Existe constancia documental de la «resistencia» manifiesta de determinados clientes ante el incremento de precios propuesto, y, aunque finalmente se aplicó la subida, no todos los fabricantes actuaron con la misma firmeza: algunos aplazaron la entrada en vigor o disminuyeron el importe del incremento anunciado.

Se deduce de la documentación que, en algunos casos o en determinados mercados nacionales, algunos fabricantes, intencionadamente o no, se mostraban lentos a la hora de seguir a quienes iniciaban los incrementos. No obstante, se preveía un mecanismo para resolver estos casos. Efectivamente, uno de los objetivos del PWG consistía, en caso de dificultad, en «alcanzar el nivel de cooperación considerado necesario», expresión que quizás fuese un eufemismo para decir que se presionaba a los presuntos rezagados (véase el considerando 45).

Aunque los fabricantes considerasen que una iniciativa de precios había sido un éxito total, el incremento neto medio obtenido tras todas las deducciones, descuentos y otras concesiones era siempre inferior al importe total del incremento anunciado.

F. EL PG PAPERBOARD TRAS LA INVESTIGACIÓN

1. Continuación de las reuniones del JMC y del PWG

(103) Tras las investigaciones efectuadas por la Comisión en abril de 1991, el PG Paperboard continuó reuniéndose durante cierto tiempo. Los días 3 y 10 de julio de 1991 se celebraron reuniones del JMC a las que asistieron Finnboard, Cascades, M-M, Sarrió, y dos fabricantes del grupo de Stora, CBC y Stora Billerud division (anteriormente Feldmühle). No asistió ninguno de los pequeños fabricantes.

Por primera vez se levantó acta oficial de las reuniones del JMC. No obstante, no cabe fiarse excesivamente de la exactitud o integridad de dichas actas en cuanto a la información sobre las discusiones. En ese momento, los participantes no tenían por qué sospechar que los altos organismos directivos de Stora en Suecia estaban a punto de admitir su participación en una importante infracción al artículo 85. La investigación de la Comisión y sus repercusiones tuvieron que ser uno de los principales temas de discusión: el acta no las menciona en modo alguno.

Incluso teniendo en cuenta las actas del JMC, se observa que durante ambas reuniones se discutió sobre la situación del mercado, aunque (al igual que sucede en las actas del PWG a partir de febrero de 1990) dichas actas reflejan un carácter bastante genérico.

La siguiente reunión del JMC estaba prevista el 11 de septiembre 1991, pero fue suspendida bruscamente, indudablemente cuando el sector se enteró de que Stora había decidido reconocer la infracción.

(104) No obstante, tanto la «President Conference» como el PWG continuaron reuniéndose en las fechas siguientes:

12 de septiembre de 1991	PWG, Pres. Con.
5 de noviembre de 1991	PWG, Pres. Con.
27 de noviembre de 1991	PWG
8 de enero de 1992	Pres. Con.
11 de mayo de 1992	PWG
10 de junio de 1992	PWG, Pres. Con.

Es muy posible que a partir de entonces (tal y como algunos productores han afirmado) los «presidentes» tratasen fundamentalmente de la reorganización del PG Paperboard y del programa estadístico (véanse también las actas del PWG de 27 de noviembre de 1991). Sin embargo, se volvió a discutir y analizar la «situación del mercado» en la «President Conference» de 8 de enero y en una reunión general extraordinaria celebrada el 11 de marzo de 1992.

Al carecer de pruebas directas de que, incluso una vez descubiertos, los productores continuaron manteniendo deliberadamente un cartel de precios flagrante, a efectos del presente asunto la Comisión se basará en el hecho de que las discusiones sobre las «condiciones del mercado» se celebraban con arreglo a lo descrito en las actas oficiales de las reuniones, es decir que no se trataba directamente el tema de los precios y que no se revelaba la situación de cada uno de los fabricantes.

En la reunión del PWG de 5 de noviembre de 1991 se decidió poner fin a la designación de FIDES como secretaría del PG Paperboard a partir de una fecha que habría de determinarse. A partir de una fecha futura, esta función habría de ser desempeñada por la nueva organización CEPI, que había de crearse en Bruselas.

2. **Reorganización del sistema de intercambio de información**

(105) El 27 de noviembre de 1991, tras recibir asesoramiento jurídico, el PWG decidió reorganizar el intercambio estadístico a partir del 1 de enero de 1992. No obstante, FIDES debía continuar efectuando el intercambio estadístico como solía hasta que el nuevo organismo pudiese establecer su propio sistema.

El 11 de marzo de 1992 se celebró en Bruselas una asamblea general extraordinaria del PG Paperboard (rebautizado por entonces «Industry Sector Cartonboard»). La primera asamblea general del grupo de cartoncillo de la nueva organización tuvo lugar el 11 de junio de 1992. Los «miembros fundadores» de CEPI Cartoncillo fueron Cascades, Finnboard, Iggesund Paperboard AB, Mayr-Melnhof GmbH, Stora Billerud GmbH y Sarrió SA. Los demás miembros eran, básicamente, los mismos fabricantes que habían participado en el PG Paperboard.

(106) El nuevo sistema de intercambios estadísticos introducía algunas modificaciones en el antiguo sistema de FIDES.

i) El «resumen del consumo de cartoncillo» se desglosaba en ocho calidades en lugar de las dos anteriores.

ii) Se suprimían las «estadísticas provisionales» sobre consumo, producción y entregas. Se había propuesto mantener las «estadísticas provisionales», desglosándolas en tres grupos (B + NL + UK + F; D + A + CH; I + E + SCAN) en lugar de por países.

Se rechazó esta propuesta, ya que los fabricantes consideraban que la información así presentada no era interesante.

iii) Las «estadísticas de mercado» de cada mercado nacional en las que se reflejaba el tonelaje de cada calidad entregada en dicho mercado procedente de otros países europeos, junto con la cuota de mercado, fueron también abandonadas por el mismo motivo que las «estadísticas provisionales».

iv) Por el mismo motivo se suprimieron también las «estadísticas sobre consumo» mensuales.

v) En cambio, se mantenían hasta nueva orden las estadísticas sobre «entrada de pedidos».

vi) El informe de «desglose por gramajes» (que reflejaba la producción por categorías según el peso) debía elaborarse una vez al año en lugar de dos y no debía reflejar un desglose por países productores.

vii) El «inventario de la maquinaria», publicado por última vez en 1989, quedaba suprimido.

viii) El «informe sobre capacidad» ya no se efectuaba máquina por máquina sino que sólo había de reflejar la capacidad total y el porcentaje de funcionamiento de todo el sector en su conjunto.

G. VALORACIÓN DE LAS ALEGACIONES DE LOS FABRICANTES EN CUANTO A LOS HECHOS

1. **Argumentos de defensa de los productores**

(107) Un considerable número de productores destinatarios de la presente Decisión no intentaron en sus alegaciones por escrito rebatir las principales acusaciones vertidas contra ellos en el pliego de cargos en cuanto a los hechos.

En esta categoría entran Buchmann, Europa Carton, Fiskeby, KNP, Papeteries de Lancey, Rena, Sarrió, Stora, Tampella Española y Weig.

(108) Entre los principales fabricantes de cartoncillo que la Comisión ha considerado como cabecillas del cartel en virtud de su situación en el PWG, Cascades pretendió, en sus observaciones escritas, minimizar el papel decisorio de dicho organismo (ya que difícilmente podía negar su participación en el mismo). También manifestó que «a pesar de todos los indicios en sentido contrario», siempre había seguido una línea de independencia frente a sus competidores.

En sus observaciones por escrito, MoDo señala que el pliego de cargos se basa casi íntegramente en las distintas declaraciones de Stora e impugna los motivos del fabricante sueco para facilitar información detallada a la Comisión. Según MoDo, Stora está interesada en perjudicar a sus competidores en cuanto a su reputación y a la repercusión de cualquier multa que se pudiera imponer: por lo tanto, no deben tenerse en cuenta sus testimonios por estar inevitablemente viciados. MoDo afirma también que la Comisión no había descartado un simple paralelismo de comportamientos, sin acuerdo ni concertación, como explicación de los comportamientos incriminados (posteriormente, durante la audiencia, MoDo admitió que «durante el período a que se refería el pliego de cargos, se celebraron algunas discusiones referentes a los precios anunciados que infringían el apartado 1 del artículo 85», al tiempo que negaba la existencia de cualquier tipo de infracción en cuanto al control del volumen de producción o al reparto del mercado).

M-M rechaza ser uno de los cabecillas de un cartel aunque, también en este caso, no puede negar ni su calidad de miembro del PWG, ni el hecho de que su director general fuese, durante una parte del

período correspondiente, presidente del PG Paperboard. Pretende describir el PG Paperboard como una asociación comercial legal, cuyos miembros, en algunas ocasiones y sin participar en una planificación concertada, han traspasado el límite existente entre un intercambio de información legal y uno ilegal. M-M insiste en que nunca hubo acuerdo alguno ni «cartel clásico». Así, según M-M, los principales fabricantes no «organizaban» las iniciativas de precios, acordando con antelación las fechas en las que cada uno efectuaría su anuncio: sin embargo, podían simplemente informarse unos a otros de las decisiones que ya habían tomado de forma independiente. Tampoco (manifiesta M-M) existió nunca una sensación de compromiso: al salir de las reuniones cada fabricante hacía lo que quería. Lejos de ser un ente en el que todo se decidía, el JMC (por ejemplo) fue creado, según M-M, como un mero lugar de conversación.

(109) Kartonfabriek De Eendracht afirma que las reuniones de la «President Conference» y del JMC eran simplemente unos «acontecimientos sociales». Laakmann afirma que la atracción de su director general por las reuniones de la «President Conference» se debía a que éstas se desarrollaban en un clima de amable confraternidad y en lugares agradables, pero que poco podía comprender de las discusiones al no saber inglés. Gruber & Weber, por su parte, reconoce que en las reuniones se discutían los precios aplicables a los principales clientes pero señala que no estaba interesada en este tema, ya que sólo tenía clientes pequeños. De Eendracht afirma también que, aunque asistió a algunas reuniones del PG Paperboard, su alineamiento con los precios de los competidores sólo podía atribuirse a la política de precios que observaba en el mercado. Al igual que De Eendracht, otros productores afirman haber tenido conocimiento del incremento de precios al leer informes de prensa o al ver las cartas de sus competidores en las que anunciaban a sus clientes los incrementos de precios.

Algunos de los demás pequeños productores admiten que pudieron haber participado en discusiones o acuerdos sobre precios pero insisten en que, por su parte, nunca suscribieron ningún plan para controlar el volumen de producción. No obstante, afirman que a pesar de lo que hicieran los demás, ellos no aceptaron restricción alguna de su propio programa de producción.

(110) Además de impugnar las pruebas de hecho en las que se basaba el pliego de cargos, algunos de los fabricantes han intentado basarse en un análisis económico del sector del cartoncillo encargado a una empresa consultora a efectos del presente procedimiento. Nueve fabricantes (entre los que se incluye Sarrió, que de hecho, posteriormente, se desvinculó de los resultados) suscribieron este estudio, que, entre otras cosas, concluía que:

— las modificaciones de los precios en el sector quedaban explicadas por las modificaciones de los costes unitarios y de la demanda;

— sólo existía una vaga correlación entre los incrementos de precios anunciados y las modificaciones de los precios reales abonados por cada cliente.

Según el autor de este estudio, los anuncios de los precios reflejaban una «aspiración» o intención del fabricante de incrementar los precios, que podía no ser llevada a cabo en la práctica.

Se elaboraron unos cuadros en los que se comparaban los datos de los precios de cerca de 113 clientes, con las iniciativas de precios descritas por la Comisión: aunque existían diferencias entre los segmentos de mercado de las calidades GC y GD, el precio medio facturado en ecus y en monedas nacionales siempre era inferior al precio de catálogo.

Los fabricantes implicados sostenían que el estudio corroboraba su afirmación de que, independientemente de los temas tratados en las reuniones (y varios de los fabricantes objetaron la valoración de las pruebas efectuada por la Comisión en este aspecto; véanse los considerandos 108 y 109), éstas no afectaban a los niveles efectivos de precios que eran determinados por el libre juego de las fuerzas naturales del mercado.

2. **Valoración de la Comisión**

(111) Los diferentes argumentos de los fabricantes deben ser valorados teniendo en cuenta las pruebas documentales disponibles.

Cabe destacar que, en sus observaciones por escrito, casi la mitad de los destinatarios del pliego de cargos o bien no rebatían el fondo de las acusaciones en cuanto a los hechos, o bien reconocían aspectos sustanciales de las mismas. En ambos casos y sin tener en cuenta los hechos que hayan podido admitir, las pruebas existentes contra los fabricantes demuestran sin lugar a dudas su participación.

No obstante, la Comisión no considera el hecho de que estos fabricantes no hayan rebatido los argumentos en su contra como prueba contra los demás fabricantes de los que se sospechaba que habían participado en el cartel.

Tampoco ha basado su pliego de cargos únicamente en las declaraciones de Stora, al contrario de lo que afirman algunas empresas. De hecho, no existe motivo verosímil para que Stora hubiese falseado la verdad: en efecto, en lugar de intentar traspasar la culpa a los demás, las declaraciones de Stora muestran bien claramente que las empresas de su grupo (y especialmente la antigua Feldmühle) figuraban entre los cabecillas. Sus declaraciones van en

contra de sus propios intereses y son, por lo tanto, absolutamente creíbles.

(112) Sin embargo, dejando de lado las declaraciones de Stora, las pruebas documentales obtenidas por la Comisión durante la investigación son abrumadoras. La jurisprudencia del Tribunal de Justicia y del Tribunal de Primera Instancia ha reconocido sobradamente que los participantes en carteles que pueden dar lugar a sanciones importantes en virtud de las normas comunitarias de competencia no suelen registrar sus acuerdos ilegales en contratos formales, sino que confían en las garantías verbales ofrecidas durante reuniones secretas de los respectivos sectores industriales. Es posible que se destruyan las pruebas documentales de sus contactos. Con objeto de demostrar la existencia y los términos de cualquier acuerdo, la Comisión deberá basarse, en mayor o menor medida, en pruebas indirectas. En el presente caso, existe de hecho un considerable número de pruebas tanto directas como indirectas del acuerdo expreso entre los fabricantes. En particular, la Comisión se basa en los elementos siguientes:

— la creación de un sistema institucionalizado de reuniones periódicas en el PG Paperboard que sirvió de estructura para una colusión duradera;

— la falta total de cualquier tipo de acta oficial, invitación o cualquier otro informe redactado en la época sobre las deliberaciones del PWG y del JMC;

— el documento de M-M que recoge con gran detalle el acuerdo de 1987 sobre cuotas de mercado y disciplina de precios (véanse los considerandos 53 a 55);

— la documentación hallada en Cascades que refleja la determinación de unos «precios mínimos» para 1988 (véase el considerando 77);

— las notas pormenorizadas de cuatro de las reuniones del JMC (elaboradas aparentemente sin tener en cuenta la norma vigente) obtenidas en FS-Karton y Rena (véanse los considerandos 80, 82 y 84 a 87);

— la nota particular redactada por M-M/FS-Karton, correspondiente a la reunión del Economic Committee de 3 de octubre de 1989 (véase el considerando 50);

— las tres listas de precios obtenidas en Finnboard y Rena (véanse los considerandos 79, 80 y 83);

— las notas de diferentes fuentes relativas a las reuniones en las que se describe la puesta en práctica del cartel a escala nacional (véanse los considerandos 91 a 97), así como la nota de la reunión de Arlanda (véase el considerando 58);

— la pauta de correspondencia exacta, o prácticamente exacta, en el tiempo y en la cuantía de los incrementos de precio que cada fabricante aplicaba en los distintos mercados nacionales.

(Esta lista no tiene carácter exhaustivo.)

(113) Aun haciendo abstracción de las pruebas documentales de la colusión y de las minuciosas declaraciones de Stora, la uniformidad de los incrementos de precios anunciados por los productores de cartoncillo y la simultaneidad de su aplicación en cada mercado nacional de Europa occidental durante un período de varios años son tan evidentes que, casi inevitablemente, se hubiera llegado a la conclusión de que existía una colusión previa.

Junto con los documentos acusatorios obtenidos de varias fuentes distintas, especialmente Mayr-Melnhof/FS-Karton, Cascades y Rena, la sólida estructura del sistema de iniciativas de precios del sector entre 1987 y 1991 no deja lugar a dudas en cuanto a que los incrementos de precios fueron planificados, organizados y controlados por un cartel europeo de fabricantes.

Una de las características peculiares de las pruebas documentales obtenidas por la Comisión en el presente asunto estriba en que cada uno de los principales elementos de prueba está apoyado y corroborado por documentos encontrados a otros fabricantes. La declaración de Stora se ve confirmada en cada aspecto importante por los documentos encontrados en FS-Karton, Cascades, Finnboard, Rena y otros varios, o facilitados por ellos. La alegación de algunos fabricantes, aunque no todos, de que en las reuniones de los presidentes y del JMC sólo se trataban asuntos anodinos, puede por lo tanto descartarse por ser absolutamente quimérica. Los únicos documentos obtenidos correspondientes a reuniones del JMC no tienen nada de ambiguo en cuanto a su objeto y contenido. Aunque todas las notas correspondientes a reuniones del JMC obtenidas por la Comisión se refieren a las calidades GC, pueden considerarse, a falta de cualquier otro documento, típicas de las reuniones correspondientes a las calidades GD, así como de los asuntos que se trataban en las reuniones del JMC en general. En efecto, en respuesta a las preguntas formuladas durante la audiencia, el representante de M-M admitió que las notas referidas constituían una muestra representativa de lo que sucedía en dichas reuniones. La nota particular de M-M, correspondiente al Economic Committee de 3 de octubre de 1989, puede también considerarse como indicativa en cuanto a la verdadera naturaleza de las deliberaciones de este organismo.

(114) La Comisión rechaza la alegación de algunos de los fabricantes de que no existía ningún tipo de control del volumen. El cartel se basaba por completo —base que sin duda sirvió para garantizar el éxito— en la política de «precio sobre tonelaje» de la que existen numerosas pruebas documentales.

La insistencia de M-M en que los fabricantes que asistían a las reuniones del cartel no se «comprometían» en cuanto a su actitud en el futuro, se

contradice completamente con sus propios informes internos sobre lo ocurrido y con el grueso de las restantes pruebas documentales, así como con el método invariable de incremento de precios, establecidos previamente en las reuniones del PG Paperboard, y anunciados por todos los participantes. El compromiso consciente y voluntario de los participantes en favor de un sistema común está suficientemente probado. Por su parte, la dirección de M-M solía dar órdenes estrictas a su personal de ventas de que aplicasen los incrementos de precios sin hacer excepciones.

Algunos de los demás fabricantes (por ejemplo MoDo y De Eendracht) que asistieron a las reuniones del JMC o incluso del PWG, alegaron también en vano que el fenómeno de las iniciativas de precios del sector, de las que se dispone de pruebas documentales y en las que participaron todos los fabricantes entre 1987 y 1991, fue producto no de la colusión sino de las fuerzas naturales del mercado: sus afirmaciones no avaladas están en total contradicción con las pruebas documentales de la fijación de precios durante las reuniones del PG Paperboard. De igual modo, cabe rechazar el argumento de algunos productores de que no hacían sino seguir los incrementos de precios de los que habían tenido conocimiento legítimamente adquirido mediante la lectura de artículos de prensa o de cartas de sus competidores. Evidentemente, es cierto que en los locales de algunos de los fabricantes se encontraron cartas sobre incrementos de precios procedentes de los competidores, pero a la luz de las pruebas directas de colusión esto no constituye una «explicación inocente» del estrecho paralelismo de los comportamientos en materia de precios. En cualquier caso, era evidente que, al menos en algunas ocasiones, habían sido obtenidas directamente de los competidores y no de los clientes. Además, existía la costumbre entre algunos fabricantes de esperar a obtener pruebas concluyentes de que los otros se habían «movido» antes de comprometerse definitivamente con el incremento de precios previsto. Las cartas sobre incremento de precio de los competidores así lo prueban (segunda declaración de Stora, página 17). De hecho, los productores que tenían cartas sobre incremento de precios de sus principales competidores estaban ampliamente involucrados en el JMC, en el PWG, o en ambos, y difícilmente pueden afirmar que desconocían sus actividades.

(115) Por lo que se refiere al estudio sobre precios elaborado por la firma de consultores económicos, su valor probatorio es limitado si se compara con las pruebas documentales obtenidas por la Comisión referentes a la determinación de los precios y el reparto del mercado. El autor de dicho estudio de mercado reconoció abiertamente durante la audiencia que sus conclusiones no constituían en modo alguno una prueba de la inexistencia del cartel.

Si el objetivo del estudio económico consistía meramente en demostrar que el cartel no era eficaz, tampoco logra alcanzarlo. La Comisión nunca ha afirmado que los precios facturados finalmente subiesen en un importe igual al incremento propuesto a todos los clientes a partir del primer día en que entraban en vigor los nuevos precios y no sería realista esperar que así fuese (véanse los considerandos 101 y 102). Los distintos gráficos del estudio económico encargado por los productores (en el que se basan para respaldar el argumento de que no existía una conexión causal entre los precios «anunciados» y «definitivos») [1] reflejan de hecho la existencia de una estrecha vinculación lineal entre los dos grupos de datos, tanto en monedas nacionales como convertidos en ecus en términos reales (véase el considerando 21). Los incrementos netos de los precios facturados se ajustaban considerablemente a los anuncios de precios, aunque con cierto retraso. El propio autor del informe reconoció durante la audiencia que así sucedía con los datos correspondientes a 1988 y 1989. Cabe esperar lógicamente que si se tienen en cuenta los acuerdos individuales, los descuentos y las concesiones en cuanto a la entrada en vigor de los nuevos precios —y, en algunos casos, la resistencia general de los clientes— los incrementos netos definitivos facturados habían de ser algo inferiores a los anunciados. La utilización de incrementos «medios» tiende también a ocultar el hecho de que en muchos casos los fabricantes lograron que los clientes pagasen el importe completo del incremento anunciado.

Las alegaciones de distintos productores en relación con el alcance de su participación en la infracción se tratarán en la siguiente sección de la presente Decisión.

H. PARTICIPACIÓN DE CADA UNO DE LOS PRODUCTORES

(116) Es necesario demostrar para cada uno de los destinatarios de la presente Decisión su participación en la infracción. No obstante, esto no requiere como han sostenido algunas empresas que se disponga de pruebas directas que confirmen que todos los supuestos participantes dieron su consentimiento expresamente, o que actuaron abiertamente apoyando todos y cada uno de los aspectos o actividades del cartel durante la duración del mismo. Este enfoque fragmentario debe ser rechazado por motivos de Derecho sustantivo y de orden pragmático.

La infracción consiste, en lo esencial, en la participación combinada de los fabricantes durante varios años en una actividad conjunta ilegal con un objetivo común.

La colusión en cuanto a los precios y el control del volumen de producción eran aspectos indisolublemente relacionados del mismo plan global. La Comisión admite plenamente que, por su propia

[1] Los datos sobre precios en los que se basaba el estudio fueron suministrados a los autores por los fabricantes y la Comisión no puede comprobar la validez de aquellos ni la metodología utilizada.

naturaleza, los acuerdos de reparto del mercado (y especialmente la congelación de cuotas mencionadas en los considerandos 56 y 57) concernían fundamentalmente a los grandes fabricantes. Sin embargo, no existe indicación alguna de que cada fabricante pudiese elegir los aspectos del cartel a los que querían adherirse, excluyendo los restantes. Incluso los productores menos importantes participaban en el seguimiento de la cartera de pedidos que era fundamental a la hora de considerar si se daban las condiciones adecuadas para un incremento de precios concertado. Igualmente, las iniciativas de precios individuales no deben ser consideradas como una serie de infracciones menores: más bien suponen la aplicación de un mismo acuerdo global.

Algunas empresas argumentaron que no existe ninguna prueba documental concreta de su participación efectiva en alguna de las iniciativas de precios, o que la documentación disponible sólo corresponde a los incrementos de precios en algunos mercados nacionales y no en los demás. Otros fabricantes miembros del PWG han manifestado que, independientemente de lo que se hubiese planeado o de lo que hubiesen hecho los demás, no existía prueba alguna de que hubiesen limitado su producción. Estos argumentos pretendían disminuir la responsabilidad de la empresa en el funcionamiento del cartel.

Sin embargo, una vez demostrada su participación en el cartel durante el período que nos ocupa, el grado de responsabilidad de un participante no puede determinarse simplemente basándose en el volumen de pruebas documentales directas y concretas descubiertas en relación con sus propias actividades. Por su propia naturaleza, el cartel era una actividad clandestina. Se intentaba cuidadosamente ocultar su existencia y asegurar (aunque no siempre con éxito) que no se conservaran documentos probatorios. Por este motivo, en modo alguno cabe recompensar a quienes tuvieron más éxito a la hora de impedir la tarea de la autoridad encargada de la investigación. Sin embargo, independientemente de cualquier ocultación deliberada de pruebas, el alcance y disponibilidad de documentación importante sobre precios correspondiente a este período que demuestre la aplicación de las distintas iniciativas de precios por cada fabricante dependía en gran medida de la casualidad. En algunos casos simplemente no se guardaban los documentos o no se disponía de los correspondientes a un mercado o un período concreto.

(117) En casos como éste, el enfoque adecuado consiste en demostrar la existencia y funcionamiento, así como los aspectos más destacados del cártel en su conjunto y determinar posteriormente: a) si existen pruebas verosímiles y concluyentes del vínculo de cada uno de los fabricantes con el sistema común, y b) el período en el que participó cada productor. Esto es lo que la Comisión ha hecho en el presente caso [véase la sentencia de 24 de octubre de 1991 en el asunto T-1189 Rhône Poulenc/Comisión (1)].

La Comisión, en su calidad de autoridad investigadora, no tiene la obligación de fragmentar los distintos elementos constitutivos de la infracción, determinando por separado cada una de las ocasiones durante la duración del cártel en las que se alcanzó un consenso en uno u otro sentido o cada uno de los ejemplos individuales de conducta colusoria, procediendo posteriormente a exonerar de la participación en aquella ocasión o en un acto concreto del cártel a todos aquellos fabricantes cuya participación en dicha ocasión no estuviese demostrada mediante pruebas directas.

(118) Existen numerosas pruebas directas que demuestran la participación en la infracción de cada uno de los supuestos participantes. Los documentos «fundamentales» que demuestran la existencia del cartel global o las actividades concretas del mismo identifican a menudo a los participantes por su nombre, y existe también una gran cantidad de pruebas documentales que demuestran el papel desempeñado por cada fabricante en el cartel y el alcance de su participación en el mismo.

A veces pueden existir ciertas lagunas en la documentación referente a la aplicación detallada de un incremento de precios en concreto: algunos fabricantes facilitaron una serie de instrucciones sobre precios más completa que otros. Tampoco, habida cuenta de la inexistencia de actas, es posible afirmar, para cada una de las reuniones, si una empresa concreta asistió o no. Sin embargo, gracias a otras pruebas quedará meridianamente claro que el fabricante en cuestión continuó prestando su adhesión al plan común.

(119) La asistencia al PG Paperboard y a sus distintos comités constituye un indicio razonable de la participación de cada fabricante en el cartel. En la mayor parte de los casos no se desmiente dicha participación. El cuadro 7 refleja la participación en cada grupo del PG Paperboard.

El propio PG Paperboard tenía un fin predominantemente ilegal. También desarrollaba algunas actividades legales, pero no puede trazarse una línea clara de separación entre los órganos «legales» e «ilegales» existentes en la organización. El PWG y el JMC se ocupaban casi exclusivamente de determinar los precios y de repartir las cuotas de mercado, y parecen contar con pocos, o ningún, rasgo exculpatorio. El «Economic Committee» pudiera haber estado relacionado menos directamente con la determinación de los precios como tal, pero no es verosímil que quienes asistían al mismo no conociesen los propósitos ilícitos para los que se utilizaba la información que facilitaban conscientemente al JMC. En cualquier caso, la nota particular de M-M sobre los principales aspectos

(1) Rec. 1991, p. II-867, punto 126.

de la reunión de octubre de 1989 establece muy claramente la relación con las iniciativas de precios. La «President Conference» recibía informes del PWG, comunicaba a sus miembros los precios que debían aplicar y, por lo tanto, dichos miembros no podían ignorar lo que sucedía en los demás comités del PG Paperboard.

Con la única excepción de Enso-Gutzeit, todas las empresas destinatarias de la presente Decisión eran, de hecho, miembros del JMC (y también del PWG por lo que a los principales fabricantes se refiere).

(120) Sin embargo, el hecho de ser miembros del PG Paperboard (y especialmente del PWG, del JMC o de ambos), no es en modo alguno la única prueba de que se dispone en cuanto a la participación individual en el cártel. La combinación de algunos o todos los elementos siguientes aporta nuevas pruebas de la participación de cada empresa en la infracción:

— referencias explícitas a dicha empresa en la documentación del cártel obtenida en FS-Karton, Rena o Cascades;

— referencias comprometedoras en los documentos del PAA;

— participación en las iniciativas de precios concertadas;

— documentación interna de la empresa o de otra empresa vinculándola con la colusión.

Los detalles completos de las pruebas que demuestran la participación de cada empresa en el cártel se suministraron a cada empresa en forma de datos individuales enviados junto con el pliego de cargos principal, que iba acompañado de anexos relativos a la aplicación de los incrementos de precios. Durante el procedimiento administrativo, ningún aspecto de las pruebas fue seriamente rebatido o puesto en duda.

(121) La situación peculiar de Enso-Gutzeit (véase el considerando 119) puede quizás explicarse dado que es el único gran productor europeo de cartoncillo que fabrica exclusivamente las calidades SBS. Esta empresa afirma que su participación en el PG Paperboard fue inocua y únicamente esporádica. Sólo asistía a las President Conferences y fue el único productor que no asistió a ninguna reunión del JMC. Sin embargo, la Comisión no se basa únicamente en su asistencia a las President Conferences como prueba de su participación en la infracción. Esta participación queda además demostrada (entre otras cosas) por su cualidad de miembro tanto de la dirección como del «Marketing Committee« del NPI, organismos cuyo papel en la colusión está suficientemente demostrado, su asistencia a la reunión de Arlanda, reseñada por Rena (véase el considerando 58), las distintas referencias en la nota de Iggesund sobre el incremento de precios de abril de 1990 (véase el considerando 97), y su propia documentación comercial (en la medida en que se halla disponible) que no sólo refleja la similitud constante de sus aumentos de precios con los del otro principal fabricante de calidades SBS, Iggesunds Bruk, sino también la correspondencia prácticamente exacta con la lista de precios de NPI, de octubre de 1989, obtenida en Rena (véase el considerando 80). El efecto de la acumulación de estos distintos elementos de prueba tanto directa como circunstancial es tal que no caben dudas razonables en cuanto a la participación de Enso-Gutzeit en un sistema de colusión.

I. CUESTIONES DE PROCEDIMIENTO

(122) Durante el procedimiento, dos fabricantes, a saber, MoDo y De Eendracht, afirmaron que la Comisión había infringido su derecho a la defensa al no concederles pleno acceso a sus documentos administrativos.

La alegación de MoDo estaba redactada en términos muy genéricos y durante la audiencia su representante legal admitió que, en realidad, no podía poner ejemplo alguno de que la omisión le hubiese ocultado cualquier documento o material pertinente para el ejercicio de su derecho a ser oído.

El argumento de De Eendracht se refería únicamente a que la Comisión se había negado a revelarle todo el expediente relativo a las reuniones y correspondencia de la ACBM (véanse los considerandos 98 y 99), organismo del que no era miembro. La Comisión había adjuntado al pliego de cargos enviado a todos los fabricantes, incluido De Eendracht, la documentación de que disponía relacionada con los aspectos referentes a la ACBM mencionados en los considerandos 98 y 99 de la presente Decisión. No obstante, se negó a permitir que los representantes de De Eendracht examinasen a todos los efectos los demás documentos de la ACBM. De Eendracht insistió en este sentido en que la Comisión estaba obligada a revelarle todos los documentos de que disponía obtenidos durante la investigación en otras empresas, salvo aquellos que contuviesen secretos comerciales cuya confidencialidad hubiese sido expresamente exigida por el propietario.

(123) Este argumento carece de fundamento jurídico. Evidentemente, la Comisión está obligada a revelar los documentos necesarios para garantizar que los destinatarios del pliego de cargos sean oídos en cuanto a las imputaciones que se les hacen. En su sentencia en el asunto T-7/89 Hercules c/Comisión [1], el Tribunal de Primera Instancia mantuvo que la obligación de revelar los documentos alcanza a aquellos documentos que puedan ser exculpatorios. No obstante, no existe disposición alguna ni en el Reglamento nº 17 ni en la jurispru-

[1] Rec. 1991, p. II-1711.

dencia del Tribunal de Justicia y del Tribunal de Primera Instancia que exija que la Comisión divulgue de manera general toda la documentación no utilizada de que disponga, independientemente de su relación con los cargos presentados contra las empresas. Al contrario, la Comisión debe observar determinadas obligaciones de confidencialidad: en virtud del apartado 2 del artículo 20 del Reglamento nº 17, se abstendrá de divulgar la información que hubiere recogido en aplicación de dicho Reglamento y que, por su naturaleza, esté amparada por el secreto profesional. Esta obligación se impone expresamente sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 19 en relación con el derecho a ser oído. Según ha observado el Tribunal de Justicia [asunto 85/76 Hoffmann-La Roche c/Comisión (1)], el corolario de los amplios poderes de la Comisión para obtener documentos en las empresas en virtud del Reglamento nº 17 es la garantía de que la información no se revelará a los demás salvo en la medida de lo necesario con objeto de garantizar el derecho a ser oído.

(124) En contra de lo alegado por De Eendracht, la obligación de la Comisión de respetar el secreto profesional en virtud del apartado 2 del artículo 20 no sólo se refiere a aquella información que pueda incluirse en la estricta definición de «secreto comercial» que requiere una protección especial. Los dos conceptos, secreto profesional y secreto comercial, son completamente diferentes por su naturaleza y objetivos, y su aplicación produce unos resultados completamente distintos. La obligación de respetar el secreto profesional de la Comisión y de sus servicios en virtud del apartado 2 del artículo 20, es una plasmación del principio jurídico general de confidencialidad. Abarca toda aquella información obtenida en las empresas en virtud del Reglamento nº 17, excepto aquella cuya nimiedad es tal que no merece confidencialidad.

En este caso, la documentación no utilizada referente a la ACBM consiste, principalmente, en informes sobre reuniones de carácter privado entre miembros de un grupo del que De Eendracht no era miembro, y cuya confidencialidad debería en principio respetarse salvo justa causa en contrario. De hecho, la Comisión adjuntó al pliego de cargos ciertos documentos de la ACBM, (así como los relacionados con la PAA) que eran importantes en cuanto a la aplicación en los mercados nacionales de las discusiones sobre precios celebradas en el PG Paperboard. Cabe destacar que De Eendracht no hizo comentario alguno en sus observaciones por escrito no sólo sobre dichos documentos de la ACBM sino sobre los de la PAA en la que participaba su agente de ventas en el Reino Unido. De Eendracht no ha invocado ningún punto de hecho o de Derecho respecto del cual hubiera sido necesario o conveniente revelarle a dicha empresa todos los documentos de la ACBM. Ninguno de los miembros de la ACBM (a cuya disposición se puso todo el expediente de la misma) no ha esgrimido argumento alguno referente a documentos no adjuntados al pliego de cargos. Por lo tanto, no parece a todas luces evidente que los documentos internos de la ACBM, que no eran de pertinentes para la presunta infracción, podrían haber sido útiles para la eventual defensa de De Eendracht.

(1) Rec. 1979, p. 461 y, en particular, p. 512.

PARTE II

VALORACIÓN JURÍDICA

A. ARTÍCULO 85 DEL TRATADO

1. Apartado 1 del artículo 85

(125) El apartado 1 del artículo 85 del Tratado CE prohíbe por ser incompatibles con el mercado común todos los acuerdos entre empresas o las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado común y, en particular, los que consistan en fijar directa o indirectamente los precios de compra o de venta u otras condiciones de transacción, limitar o controlar la producción y los mercados, o repartirse los mercados o las fuentes de abastecimiento.

2. Acuerdos y prácticas concertadas

(126) El apartado 1 del artículo 85 prohíbe tanto los acuerdos como las prácticas concertadas.

En circunstancias como las del presente caso, se puede decir que existe un acuerdo cuando las partes han alcanzado un consenso, incluso en términos genéricos, en cuanto a las líneas de su acción u abstención recíproca en el mercado. A pesar de que implica la toma en común de decisiones y el compromiso de aplicar un plan común, el acuerdo no tiene necesariamente que ser formal ni revestir forma escrita. Tampoco requiere la existencia de sanciones expresas ni medidas de coacción.

Por otra parte, una práctica concertada no implica que las partes hayan llegado a un acuerdo sobre lo que cada una debe o no debe hacer en el mercado.

El objeto del Tratado, al introducir el concepto de práctica concertada junto al de acuerdo, es prevenir la posiblidad de que las empresas se sustraigan a la aplicación de las normas de competencia mediante una colusión que impida la competencia sin llegar a ser un acuerdo definitivo, como podría ser el hecho de informarse mutuamente y con antelación sobre la actividad que cada uno pretende desarrollar, de tal forma que cada empresa pueda organizar su actividad comercial sabiendo que sus competidores actuarán de la misma manera: sentencia del Tribunal de Justicia, de 14 de julio de 1972, en el asunto 48/69, Imperial Chemical Industries Ltd c/Comisión [1].

(127) Cabe señalar que, mientras que la aplicación de unos precios idénticos por parte de los competidores puede constituir en cierto modo una prueba de la existencia de una práctica concertada en el sentido del apartado 1 del artículo 85, un comportamiento paralelo en el mercado no constituye de hecho un elemento necesario constitutivo de la infracción.

En su sentencia de 16 de diciembre de 1975, referente al cártel europeo del azúcar: asuntos acumulados 40-48, 50, 54 a 56, 111, 113 y 114/73 Suiker Unie y otros c/Comisión [2], el Tribunal de Justicia mantuvo que el criterio de coordinación y cooperación establecido en la jurisprudencia del Tribunal, que no requiere en modo alguno la elaboración de un plan propiamente dicho, debe entenderse, teniendo en cuenta el concepto inherente en las disposiciones del Tratado referentes a la competencia, en el sentido de que cada operador económico debe determinar independientemente la política comercial que pretende desarrollar en el mercado común. Este requisito de independencia no priva a las empresas del derecho a adaptarse de forma inteligente a las prácticas vigentes o previstas de sus competidores, pero excluye categóricamente cualquier contacto directo o indirecto entre ellas, cuyo objeto u efecto consista en influir sobre el comportamiento en el mercado de un competidor real o potencial, o revelar a dicho competidor la línea de conducta que ellas mismas han decidido seguir o pretenden adoptar en el mercado.

De esta forma, una práctica puede considerarse como «concertada» en el sentido del apartado 1 del artículo 85, cuando las partes no han acordado o decidido previamente entre ellas lo que hará cada una en el mercado pero, sin embargo, adoptan o se adhieren conscientemente a un mecanismo colusorio que fomenta o facilita la coordinación de su comportamiento comercial [véase también la sentencia del Tribunal de Primera Instancia, de 10 de marzo de 1992, en el asunto T-13/89 Imperial Chemical Industries Plc c/Comisión [3], punto 253].

(128) No es necesario, especialmente cuando se trata de infracciones complejas de larga duración, que la Comisión las defina exclusivamente como acuerdo o como práctica concertada. En efecto, puede incluso no ser factible o realista establecer dicha distinción ya que la infracción puede presentar al mismo tiempo distintas características de ambos tipos de conductas prohibidas, que consideradas aisladamente podrían calificarse con mayor precisión de una u otra manera. No obstante, sería artificial subdividir en varias infracciones menores lo que constituye claramente un empeño común con un objetivo global único e idéntico: véase nuevamente la sentencia del Tribunal de Primera Instancia en el asunto T-13/89 Imperial Chemical Industries c/Comisión, punto 260.

3. Naturaleza de la infracción en el presente caso

(129) La declaración de Stora demuestra que los fabricantes de cartoncillo han participado desde 1975 en diversos intentos de regular el mercado y fijar precios de venta. Stora afirma que estos intentos no tenían éxito por lo general, pero aun cuando esto fuera cierto, no significa que no se pueda aplicar el artículo 85.

Sin embargo, la Comisión no dispone de pruebas documentales que corroboren las declaraciones de Stora que le permitan mucho tiempo después de los hechos, efectuar una valoración a fondo de la naturaleza de hecho y de Derecho del presunto comportamiento a la luz del artículo 85 durante el período transcurrido entre 1975 y 1986.

(130) A partir de mediados de 1986, sin embargo, existen bastantes pruebas de que la colusión se intensificó progresivamente, primero con la creación del PWG durante dicho año, culminando finalmente en el acuerdo alcanzado aproximadamente a finales de 1987 sobre la política de «prioridad del precio sobre el tonelaje», que caracterizó al PG Paperboard hasta, al menos, abril de 1991.

Las principales características de esta política eran:

— la «congelación» de las cuotas de mercado de los principales fabricantes, inicialmente al nivel de la posición que ocupaban en 1987;

— el seguimiento y análisis permanente durante las reuniones de la «evolución de las cuotas de mercado» y de las fluctuaciones de las cuotas de mercado de los principales productores;

— la determinación, por acuerdo, de los incrementos periódicos de precios que se debían aplicar en cada mercado nacional;

— la planificación y coordinación periódicas de iniciativas de precios que suponían la aplicación simultánea de los incrementos de precios acordados por parte de todos los fabricantes en cada mercado nacional;

[1] Rec. 1972, p. 619.
[2] Rec. 1975, p. 1663.
[3] Rec. 1992, p. II-1021.

— la adhesión a un principio general de «disciplina de mercado»;

— el establecimiento de un sistema uniforme de determinación de precios a escala europea;

— la coordinación de las «interrupciones de la producción» por parte de los principales fabricantes, en lugar de la disminución de los precios (principalmente a partir de 1990).

El cometido de los diferentes órganos del cártel se describe en los considerandos 35 a 56.

(131) La Comisión considera que, desde finales de 1987, al concretarse la colusión progresiva de los fabricantes en el denominado programa de «prioridad del precio sobre el tonelaje», la infracción reúne todas las características de un «acuerdo» propiamente dicho en el sentido del artículo 85.

El desarrollo de dicho plan a través de las iniciativas de precios bianuales no debe considerarse como constitutivo de una serie de distintos acuerdos o prácticas concertadas sino como parte integrante de un único e idéntico acuerdo permanente.

El amplio acuerdo sobre cuotas de mercado, cuya base era la situación existente en 1987, debe considerarse también como parte de un acuerdo permanente, aun cuando la cuota de mercado real de los participantes fuese objeto de renegociación cada año. El aspecto fundamental es que durante todo el período se mantuvo un equilibrio aceptable para todos los fabricantes.

La Comisión admite que las medidas de control del volumen de producción se aplicaban fundamentalmente a los principales productores miembros del PWG, cuya conducta determinaba la situación del mercado. No obstante, no se puede separar la restricción sobre los volúmenes de los aspectos de la infracción relacionados con los precios. Efectivamente, constituía una condición indispensable para el éxito de las iniciativas de precios en las que participaban todos los fabricantes.

(132) Aunque la colusión entre los fabricantes no cristalizase probablemente en el acuerdo propiamente dicho de «prioridad del precio sobre el tonelaje» hasta aproximadamente finales de 1987, esto no significa, sin embargo, que su comportamiento durante los 18 meses anteriores no entre en el ámbito de aplicación del artículo 85.

En 1986, con la creación del «President Working Group» (PWG) se había establecido ya el marco institucional para alcanzar una concertación más eficaz. Según Stora, el PWG se «reunió desde 1986 para contribuir a introducir la disciplina en el mercado», y entre sus competencias se contaba la «discusión y concertación sobre mercados, cuotas de mercado, precios, incrementos de precio y capacidad de producción».

La situación de los precios y el exceso de capacidad de los mercados europeos ya se discutían en la «President Conference». Según Stora, el PWG estaba ya funcionando en 1987 como organismo decisorio en cuanto a los precios y «colaborando en el proceso de cooperación entre los miembros del PG Paperboard que se intensificó durante el período posterior a 1986». En el Reino Unido, se aplicó en enero de 1987 una iniciativa concertada de precios (con toda probabilidad, el incremento de precios y las modalidades de su aplicación fueron objeto de un acuerdo expreso entre las empresas participantes). Aun cuando en este momento no se habían convenido todavía los detalles definitivos de la política de «prioridad del precio sobre el volumen», se demuestra así claramente que, a mediados de 1986, los fabricantes de cartoncillo participaban ya, como mínimo, en un tipo de colusión que se puede caracterizar como una práctica concertada en el sentido del artículo 85 (véase también en este sentido, la sentencia del Tribunal de Primera Instancia en el asunto T-13/89 Imperial Chemical Industries c/Comisión, puntos 255 a 258).

4. Objeto y efecto de la infracción

(133) El apartado 1 del artículo 85 menciona expresamente como restrictivos de la competencia aquellos acuerdos o prácticas concertadas que:

— fijen directa o indirectamente precios de venta u otras condiciones de transacción;

— limiten o controlen la producción o los mercados;

— se repartan los mercados.

Éstas son las características fundamentales del grupo de acuerdos que nos ocupa en el presente caso.

El objetivo básico de los fabricantes a la hora de establecer su programa de colusión institucionalizada consistía en regular artificial y secretamente el mercado y coordinar su comportamiento de tal forma que las iniciativas de precios concertadas tuvieran éxito.

No cabe duda alguna de que los aspectos fundamentales del cártel, que implicaban directamente una colusión sobre precios y el volumen de ventas, tenían un objetivo contrario a la competencia.

(134) Los distintos acuerdos para el intercambio de información deben ser considerados con detenimiento aunque su análisis debe efectuarse en el contexto de su relación con el funcionamiento del cártel considerado en su globalidad.

El intercambio de información comercial individual, que, por lo general, era confidencial y sensible, durante las reuniones del PG Paperboard (principalmente el JMC) sobre cartera de pedidos, interrupciones de la producción e índices de producción, era evidentemente contrario a la competencia y tenía como fin garantizar que las condicio-

nes para aplicar las iniciativas de precios concertadas fuesen lo más propicias posible. El intercambio de este tipo de información no puede desligarse del proceso colectivo de toma de decisiones. Aunque el «Economic Committee« quizás se ocupaba menos de la situación de cada fabricante que de la situación general del mercado en cada país, su tarea de seguimiento de los incrementos de precios constituía un elemento importante del plan global y debe considerarse también como parte integrante del cártel.

El análisis del propio sistema de intercambio de información de FIDES con arreglo al artículo 85 es más complejo. Cierto es que se suponía que el sistema reflejaba la información por país y no por cada uno de los fabricantes. De hecho, en muchos casos se recogían los datos individuales o podían deducirse sin excesivas dificultades. Independientemente de si se revelan o no las situaciones individuales, un sistema de información utilizado por sus miembros para promover un cártel, entra también en el ámbito de aplicación del artículo 85: véase, por ejemplo, la Decisión 85/1/CEE de la Comisión [1] en el asunto IV/31.128, Ácidos grasos. En el presente caso, el sistema de intercambio de información constituía una ayuda esencial para :

— controlar la evolución de las cuotas de mercado;

— efectuar un seguimiento de las condiciones de la oferta y la demanda con objeto de mantener una plena utilización de la capacidad;

— decidir si se podían aplicar los incrementos de precio concertados;

— determinar las necesarias interrupciones de la producción.

El intercambio de información efectuado en el PG Paperboard a través de la organización FIDES sobre los porcentajes de utilización de la capacidad y sobre las carteras de pedidos semanales facultaban a los participantes para efectuar un seguimiento minucioso de las condiciones de mercado durante el período (de 1987 a 1989) en que los fabricantes trabajaban de hecho a pleno rendimiento.

Posteriormente, cuando en 1990 hubieron de hacer frente a una mayor capacidad y a una disminución de la demanda, pudieron, gracias a estas estadísticas, facilitar la coordinación de las interrupciones de la producción, evitando así que las iniciativas de precios resultasen perjudicadas por un exceso de oferta frente a la demanda.

Las estadísticas mensuales de FIDES sobre producción y consumo, a pesar de su carácter ostensiblemente global, podían ser utilizadas, y de hecho lo eran (tal y como ha explicado Stora: véanse los considerandos 57, 63 y 64) para determinar y efectuar un seguimiento individual de las cuotas de mercado, así como para analizar la utilización de la capacidad.

A pesar de que no estaba directamente relacionado con la determinación de precios o el reparto del mercado, el intercambio de información efectuado a través de FIDES no puede ser considerado aisladamente en relación con todos los objetivos del cártel contrarios a la competencia. Constituía un «instrumento propicio» que facilitaba a los productores participantes la coordinación de su comportamiento comercial de forma contraria a la competencia.

Otro tanto cabe decir de la distribución y discusión en el PG Paperboard del estudio anual de capacidad elaborado por Finnboard (véase el considerando 65).

Todas estas distintas medidas consistentes en intercambiar información comercial formaban parte de un plan destinado a crear o mantener unas condiciones de mercado propicias a los incrementos concertados de precios.

(135) Teniendo en cuenta la finalidad del cártel, manifiestamente contraria a la competencia, no es estrictamente necesario para la aplicación del apartado 1 del artículo 85 que la Comisión descubra que se produjo un efecto sensible sobre las condiciones del mercado.

No obstante, en el presente caso, las pruebas demuestran que existió un efecto bien determinado, contrario a la competencia.

En contraste con algunos carteles descubiertos y sancionados por la Comisión en los que los esfuerzos de los fabricantes por incrementar los precios quedaron frustrados por un exceso de capacidad, el PG Paperboard compaginaba la oferta y la demanda de tal forma que garantizaba en gran medida el éxito de las iniciativas de precios programadas.

Los esfuerzos concertados de los fabricantes por incrementar los precios se veían, sin duda alguna, favorecidos por el firme incremento de la demanda de cartoncillo, pero constituye un craso error afirmar que su comportamiento sobre los precios y los efectos del mismo sobre el mercado hubieran sido exactamente idénticos de no haber existido colusión alguna.

En un mercado que se caracterizaba por una demanda en expansión y una capacidad utilizada íntegramente, el ambiente comercial favorecía una tendencia generalizada hacia el incremento de precios. No obstante, aun asumiendo que las condiciones económicas eran por lo general similares, los fabricantes, en estas circunstancias, hubieran probablemente mantenido una concepción muy diferente sobre el modo de maximizar sus beneficios. Unos prodrían haber preferido un incremento de precios menor que otros: podría incrementar el precio en algunos productos y no en otros, o podían no incrementar los precios en absoluto con objeto de aumentar su cuota de mercado.

(136) No obstante, en este caso, todos los fabricantes aplicaron las iniciativas de precios anunciando que

[1] DO nº L 3 de 6. 1. 1987, p. 17.

incrementaban sus precios en un importe idéntico en cada Estado miembro y (en la mayor parte de los casos) a partir de la misma fecha.

El PWG decidía quién habría de«anunciar»el incremento en primer lugar y las fechas en las que cada uno de los otros fabricantes principales habrían de anunciar que «seguían» al primero.

A pesar de las alegaciones de algunos de los productores, no cabe concebir, en tales circunstancias, que los anuncios de precios concertados no produjeran efecto alguno sobre los niveles reales de los precios.

Los miembros del cartel representaban prácticamente todo el mercado comunitario del cartoncillo. Como resultado de estas iniciativas de precios colusorias, los clientes se encontraban con unos incrementos de precios uniformes en cada moneda para cada calidad de cartoncillo, sin posibilidades reales de obtener suministros de otros productores que no participaban en el cartel.

Al establecer el importe del incremento de precio en cada moneda nacional, que posteriormente era aplicado por todos los fabricantes y presentado como una «iniciativa» en la que participaba todo el sector, se limitaban considerablemente las posibilidades de que los clientes pudiesen negociar libremente con sus proveedores.

La consternación de los demás fabricantes cuando Weig comunicó que iba a anunciar un incremento del 7% en lugar del 9% acordado en el Reino Unido (véase el considerando 41), refleja la importancia que los participantes en el cartel concedían a los anuncios uniformes de precios.

La Comisión admite plenamente que, en determinadas ocasiones, algunos productores esperaron hasta tener pruebas de que los demás habían anunciado en el mercado el incremento de precios, o en algunos casos (o en ciertos mercados) no incrementaron sus precios de catálogo en la cuantía acordada. No obstante, la documentación refleja claramente que la aplicación de las iniciativas de precios era objeto de un riguroso seguimiento y que el hecho de no colaborar era tema debatido en el JMC, presionando los líderes del mercado a los considerados rezagados para que apoyasen los incrementos (véase el considerando 82).

(137) Tal y como refleja la documentación de la época, los miembros del PG Paperboard consideraron que los incrementos de precios previstos habían tenido éxito en gran medida, buen ejemplo de que no es necesario que la colusión sea necesariamente perfecta para que produzca un perjuico considerable a la competencia. Es de destacar que en 1990 los fabricantes impusieron un incremento del 6 al 10% a pesar de que sus costes disminuían. Durante el período de vigencia del cartel los costes unitarios de producción permanecieron relativamente fijos en términos reales, e incluso disminuyeron un poco de 1989 a 1991, mientras que los beneficios unitarios reales aumentaron considerablemente.

Además de incrementar el propio precio del cartoncillo, las iniciativas de precio hubieron de repercutir también sobre los precios aplicados por los clientes de los fabricantes de cartoncillo a sus propios clientes. Normalmente, cada «etapa» de incremento del precio del cartoncillo se repercutiría sobre los usuarios finales en forma de incremento de precios de las cajas plegables. Al final, habida cuenta de la importancia del envasado en los productos de consumo, sería el público en general quien pagase el precio.

5. **Efectos sobre el comercio entre Estados miembros**

(138) El acuerdo entre los fabricantes tuvo un considerable efecto sobre el comercio entre los Estados miembros.

El artículo 85 se refiere a aquellos acuerdos que pueden perjudicar la realización de un mercado único entre los Estados miembors, ya sea repartiéndose los mercados nacionales o afectando a la estructura de la competencia dentro del mercado común.

En el presente caso, el carácter universal de los acuerdos colusorios, que abarcaban prácticamente todo el comercio de un importante producto industrial en la Comunidad [1] y en otros países de Europa occidental, tenía que producir automáticamente una desviación de las corrientes de intercambio del curso que debían haber seguido [véase la sentencia del Tribunal de Justicia en los asuntos acumulados 209 a 215 y 218/78 Van Landewyck y otros/Comisión [2]].

El mercado del cartoncillo se caracteriza por un considerable volumen de intercambios entre los Estados miembros (véase el considerando 12). La aplicación del artículo 85 a un cartel no se limita, no obstante, a la parte de las ventas de los miembros que implica de hecho la transferencia de bienes entre los Estados miembros. Tampoco es necesario demostrar que el comportamiento individual de cada fabricante, en contraposición al cartel en su conjunto, afectó al comercio entre los Estados miembros [véase la sentencia del Tribunal de Primera Instancia en el asunto T-13/89 Imperial Chemical Industries/Comisión, punto 304].

A efectos de la aplicación del artículo 85 no es decisivo que, al congelar las cuotas de mercado y controlar la producción, los fabricantes no asignaran en este caso los mercados nacionales a fabricantes concretos. La propia existencia de medidas

[1] Los únicos Estados miembros para los que no se dispone de pruebas fehacientes de los acuerdos sobre precios son Portugal y Grecia, países en los que no existe un fabricante nacional de cartoncillo.

[2] Rec. 1980, p. 3125.

de control de la producción contribuía a restringir las oportunidades ofrecidas a los productores. Los acuerdos similares al de «congelación» de las cuotas de mercado tenían claramente como objeto evitar el desarrollo de nuevas relaciones comerciales.

6. Competencia

(139) El artículo 85 prohíbe los acuerdos restrictivos que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que se apliquen en la Comunidad, independientemente del lugar donde tengan su sede central los participantes en el acuerdo.

Por lo tanto, el hecho de que muchos de los más importantes fabricantes tengan su sede central fuera de la Comunidad, no afecta a su responsabilidad por lo que se refiere a las infracciones al artículo 85. La mayor parte de las transacciones efectuadas por estas empresas se desarrollaban dentro de la Comunidad. Actualmente, Stora, MoDo y M-M tienen también una parte considerable, sino la mayoría de sus instalaciones de producción, en el interior de la Comunidad.

Otros pequeños fabricantes escandinavos, tales como Rena, participaron en el cartel y, en la medida en que suministraban su producto dentro de la Comunidad, entran en el ámbito de aplicación del artículo 85.

Siempre que las actividades del cartel se refieran a ventas efectuadas en terceros países, quedan fuera del ámbito directo de aplicación de la presente Decisión.

7. Empresas

(140) El objeto de las normas comunitarias de competencia es la «empresa», término distinto del de sociedad con personalidad jurídica independiente. El término «empresa» no está definido en el Tratado. No obstante, puede referirse a cualquier entidad que desarolle una actividad comercial. Al hablar de grandes grupos de sociedades, cualquiera de los siguientes conceptos puede, según las circunstancias, ser considedado como «empresa»:

— la sociedad matriz o de cartera del grupo;

— el grupo en su totalidad, incluyendo la empresa matriz y sus filiales directas e indirectas;

— las sociedades de cartera intermedias;

— los subgrupos o divisiones formados por las subsociedades de cartera y sus filiales;

— las empresas filiales individuales.

(141) En la industria del cartoncillo, muchos de los principales operadores económicos son grandes grupos relacionados con los «productos forestales», cuyas actividades van desde la silvicultura y la industria maderera destinada a la fabricación de pulpa hasta la fabricación de papel, cartoncillo y embalajes.

En muchos casos, estos grupos tienen una estructura social y organizativa complicada. En consecuencia, sería posible dirigir el pliego de cargos al grupo, a la división correspondiente, o incluso a cada una de las filiales. Aunque en teoría la forma jurídica carece de importancia, en la práctica y a efectos de la percepción de cualquier multa que se pudiese imponer, la «empresa» a la que se dirige la decisión normalmente tiene que tener personalidad jurídica de tal forma que, en caso necesario, se puedan emprender acciones legales ante los correspondientes órganos jurisdiccionales civiles nacionales en virtud del artículo 192 del Tratado.

(142) Es muy posible que la forma jurídica de un grupo venga determinada por consideraciones relacionadas con el Derecho tributario y de sociedades del país en que tiene su sede central y de los países en los que opera.

— La empresa principal del grupo puede actuar en algunos países como una sociedad de cartera propiamente dicha que es propietaria de las acciones de las empresas filiales, mientras que en otros casos, la empresa principal ejerce la actividad principal del grupo, mientras que los otros sectores están constituidos legalmente como filiales autónomas.

— El grupo puede estar organizado en distintos sectores comerciales que pueden tener la condición jurídica de sociedades de cartera intermediarias, las cuales, a su vez, tienen sus propias filiales directas o indirectas, o bien de divisiones sin personalidad jurídica propia.

— Aun cuando la administración principal de una división constituya una filial distinta, puede que no posea directamente los activos o incluso las acciones de las distintas filiales aun cuando controle su funcionamiento y su gestión.

En algunos grupos, los distintos sectores o divisiones comerciales se denuncian de tal modo que permite claramente deducir su pertenencia al grupo y la uniformidad de su identidad social. En otros casos, se destaca su «independencia« de la central. En algunos casos, se minimiza de forma deliberada la relación de propiedad entre las compañías del grupo.

(143) En el presente caso, los miembros del PG Paperboard quedaban identificados en sus actas, por lo general, como empresas individuales y no con el nombre del grupo (por ejemplo «Papeteries de Lancey SA» en lugar de «Aussedat Rey SA»). No obstante, normalmente, la Comisión podría dirigir la decisión al grupo, sobre todo a las empresas de producción forestal integradas. Sin embargo, con objeto de evitar la discusión (que tiende a difuminar la distinción entre «sociedad» y «empresa»)

en torno a si la empresa matriz del grupo debería ser considerada responsable de las actividades de lo que se consideran filiales independientes, la Comisión, en principio y a efectos de determinar los destinatarios de la presente Decisión, ha considerado como «empresa» a las razones sociales que aparecen en las listas de miembros del PG Paperboard, con las dos excepciones siguientes:

1) cuando varias sociedades de un mismo grupo participaran en la infracción; y

2) cuando existen pruebas concretas que demuestran que la empresa matriz estaba implicada en la participación de una filial en el cartel.

En estos casos, el destinatario de la presente Decisión será el grupo (representado por la empresa matriz).

(144) La reorganización de la industria del cartoncillo en los últimos años ha supuesto la absorción de algunas empresas por otras y la transferencia de la actividad en el sector del cartoncillo de uno a otro grupo.

No existe disposición alguna en el Tratado ni en ningún reglamento que se refiera a la responsibilidad derivada de una infracción a raíz de la reestructuración de una sociedad o de la adquisición de una empresa.

Sin embargo, sería evidentemente intolerable que las empresas evitasen o eludiesen la responsabilidad derivada de las infracciones a las normas de competencia comunitaria mediante una reorganización de sociedades.

La cuestión de la sucesión ha de apreciarse aplicando los principios del Derecho comunitario referentes a las empresas y no puede depender de la legislación nacional, que puede ser muy diferente de unos Estados miembros a otros según las particularidades del Derecho nacional tributario o de sociedades.

(145) La aplicación de los principios antes mencionados supone que en los casos en que, de no haber habido adquisición, el procedimiento se hubiera incoado contra la filial por propio derecho, la responsabilidad por su actividad previa a la transferencia queda también transferida. No es necesario (aunque bien pudiera suceder) que el adquirente haya aprobado, asumido o continuado con posterioridad la actividad ilegal. La diferencia estriba en si ha existido una continuidad funcional y económica entre la empresa infractora y su sucesora (véase, por ejemplo, la sentencia del Tribunal de Justicia en el asunto Suiker Unie, punto 87).

Por otra parte, cuando una empresa matriz o un grupo, que, a su vez son considerados propiamente como participantes en la infracción, transfieren una filial a otra empresa, la responsabilidad correspondiente al período anterior a la enajenación no se transfiere al adquirente sino que continúa siendo imputable al primer grupo.

En cualquier caso, si la filial transferida continua siendo miembro del cartel, el aspecto de quién ha de ser el destinatario de la decisión por motivo de dicha participación, si la filial en su propio nombre o el nuevo grupo matriz, dependerá de las circunstancias concretas.

(146) El problema del destinatario «apropiado» de la decisión se ha planteado en varios casos, pero sólo en unos pocos han surgido problemas de sucesión. De hecho, en el presente caso, no hay ejemplo alguno de que un adquiriente «inocente» pase a ser responsable en virtud del artículo 85 por la mera razón de haber adquirido otra empresa que ya había dejado de participar en el cartel.

a) *Cascades SA*

(147) Antes de su adquisición por Cascades en 1989, Kartonfabriek van Duffel NV y Djuparfors AB participaban en el cartel como empresas independientes. Si no fuera por la adquisición, se podía haber incoado el procedimiento contra ambas empresas en su propio nombre respectivo. Duffel y Djuparfors cambiaron de denominación y continuaron existiendo como filiales separadas en el grupo Cascades. No obstante, es conveniente dirigir la presente Decisión al grupo Cascades, representado por Cascades SA en relación con la participación en la infracción de todas las actividades de Cascades en el sector del cartoncillo (véase el considerando 143).

b) *Europa Carton AG*

(148) La transferencia, desde el 1 de enero de 1993, de la actividad de cartoncillo de Europa Carton AG a una nueva empresa en la que actualmente tiene una participación del 50 %, no afecta a su responsabilidad como miembro de cartel. Las personas que asistían a las reuniones lo hacían en nombre de Europa Carton AG, que continúa existiendo como empresa, por lo que ésta será la destinataria de la presente Decisión.

c) *NV Koninklijke KNP BT NV*

(149) KNP Vouwkarton BV Eerbeek fue en todo momento filial de KNP — Royal Dutch Papermills NV. Normalmente, el destinatario de la presente Decisión habría de ser KNP Vouwkarton BV, ya que ésta era la empresa miembro del PG Paperboard. No obstante, KNP Vouwkarton BV Eerbeek (que desde un punto de vista operativo era

una de las divisiones del grupo de cartonaje de KNP) estaba representada en la «President Conference» y en el PWG por el director del grupo de cartonaje de KNP, que era también miembro del consejo de dirección de KNP, es decir, de su organismo ejecutivo superior. Según el propio informe anual de KNP correspondiente a 1990, existe una relación «muy directa» entre el consejo de dirección y las divisiones, ya que dicho consejo actuaba como consejo de supervisión de cada división. Por lo tanto, es adecuado, teniendo en cuenta la vinculación probada entre el cartel y la propia KNP, dirigir la presente Decisión a todo el grupo KNP por lo que se refiere al período transcurrido hasta la adquisición de KNP Vouwkarton por parte de M-M el 1 de enero de 1990 (por lo que al período posterior a la transferencia se refiere, M-M es responsable de la continuación de la participación de KNP Vouwkarton).

KNP fue también durante todo el tiempo que nos ocupa propietaria (95 %) del fabricante alemán de cartón Herzberger Papierfabrik, que incluía Badische Kartonfabrik. Actualmente, Herzberger está organizada como una de las cinco unidades comerciales de la división de cartón rígido de KNP. Por lo que se refiere a la participación de Badische en el cartel, el destinatario de la presente Decisión será KNP.

A raíz de una reciente fusión, KNP NV se denomina actualmente NV Koninklijke KNP BT NV, pero esta modificación no ha suscitado ninguna cuestión de sucesión.

d) *Mayr-Melnhof Kartongesellschaft mbH*

(150) M-M ha sido propietaria de FS-Karton desde 1984, y en todo momento las actividades comerciales y de dirección de M-M y FS-Karton han estado totalmente integradas. Por lo tanto, es conveniente dirigir la presente Decisión al grupo M-M por lo que se refiere a la participación de FS-Karton en el cartel.

M-M es también responsable de la participación en la infracción de su filial al 66 % Deisswil, durante toda su participación en el cartel, incluyendo el período anterior a que M-M adquiriese el pleno control de la misma en enero de 1990, así como por la participación de Mayr-Melnhof Eerbeek BV (como pasó a denominarse KNP Vouwkarton) a partir de la fecha de su adquisición el 1 de enero de 1990. La responsabilidad por la participación de KNP Vouwkarton antes de la adquisición corresponde a KNP y no se imputa responsabilidad alguna por dicho período a M-M.

Una vez iniciado el procedimiento en el presente asunto, M-M adquirió Laakmann, que estaba representada por separado. Por consiguiente, se considerará a Laakmann como una empresa independiente a efectos de la presente Decisión.

e) *Mo och Domsjö AB*

(151) Thames Board Ltd (TBM), el fabricante de cartoncillo más importante del Reino Unido (sólo fabricaba las calidades GC), fue participante activo en el cartel desde 1986 y miembro del PWG. TBM fue adquirida por AB Iggesunds Bruk a partir del 1 de enero de 1988, pasando a denominarse Iggesund Paperboard (Workington) Ltd.

En aquella época, AB Iggesunds Bruk era una empresa asociada (por contraposición a una filial participada al 100 %) del grupo forestal sueco MoDo, que contaba con el 49,9 % de los votos en Iggesund.

Hasta la adquisición de TBM, el principal producto de cartoncillo de Iggesunds Bruk había sido el SBS: era el único fabricante sueco importante de esta calidad. A pesar de la observación efectuada en respuesta al artículo 11 de que no era miembro del PG Paperboard, los representantes de AB Iggesunds Bruk habían participado de hecho en las «President Conferences» (pero no en el PWG).

Tras la adquisición de TBM por AB Iggesunds Bruk el 1 de enero de 1988, los representantes de Workington continuaron asistiendo, como anteriormente, a las reuniones del PG Paperboard. A comienzos de 1989, MoDo adquirió el control pleno de Iggesunds Bruk que pasó a ser una división del grupo MoDo. A partir de mediados de 1989, el consejero delegado de Iggesund Paperboard AB (como pasó a ser denominada la división) de Suecia asistió a las reuniones del PWG, mientras que el director de estudios de mercado y/o el director comercial asistían al JMC.

La representación de Iggesund en el JMC continuó estando compuesta por directivos y empleados de Workington.

(152) Durante el procedimiento administrativo del presente asunto, MoDo alegó que el pliego de cargos (y cualquier tipo de decisión) deberían ser enviados no a MoDo sino a Iggesund Paperboard AB, ya que ésta, según afirmaba, era una «empresa completamente distinta» de la sociedad de cartera MoDo.

Evidentemente, es cierto que, al igual que cualquier gran grupo industrial, MoDo está estructurada en varios departamentos comerciales entre los cuales se cuenta Iggesund Paperboard. En efecto, bien podría ser que Iggesund Paperboard AB, como subgrupo o división pudiese ser considerada como una empresa a efectos de las normas comunitarias de competencia, al igual que podrían serlo otras entidades pertenecientes al grupo (véase el considerando 140). No obstante, ésto no significa que deba ser la destinataria de la presente Decisión ni que el grupo MoDo esté, a su vez, exento de toda responsabilidad.

(153) En primer lugar, prodían surgir dificultades a la hora de percibir la multa si el destinatario de la presente Decisión fuese Iggesund Paperboard AB. En su calidad de «sociedad comisionista» del grupo MoDo, sólo dispone de un capital nominal de 50 000 coronas suecas (=5 500 ecus), el mínimo autorizado por la ley. Tal y como admite la propia MoDo, existen ciertas dudas según el Derecho sueco en cuanto a si una empresa matriz es responsable de las deudas de este tipo de filiales. Con objeto de solventar este problema en sus relaciones comerciales, MoDo ha efectuado una declaración en sus cuentas anuales por la que acepta la responsabilidad contractual derivada de los compromisos de sus sociedades comisionistas, pero no se sabe si esta garantía se podría aplicar a las multas impuestas por la Comisión.

En segundo lugar (y en la medida en que el argumento de la «autonomía» pudiera ser procedente), Iggesund Paperboard AB no es tan independiente de MoDo desde el punto de vista funcional como esta última ha afirmado. Iggesund Paperboard AB no es propietaria de las instalaciones destinadas a la producción de cartoncillo ni dispone de trabajadores propios. Los activos en el sector del cartoncillo que anteriormente eran propiedad de Iggesunds Bruk AB continúan siendo propiedad de la misma que actualmente es una sociedad inactiva propiedad al 100 % de Modo. Todo el personal que trabaja en Suecia es contratado por la propia Modo. Es MoDo quien en definitiva gestiona y controla económicamente sus divisiones. Por lo tanto, a efectos del presente procedimiento, es conveniente dirigir la presente Decisión al propio grupo MoDo y no a una filial que no es verdaderamente independiente, no posee activo alguno y carece de plantilla. Por las razones antes expuestas (véase el considerando 141), la sociedad de cartera principal se asimila al grupo.

f) *Sarrió/Saffa/Prat*

(154) Durante el período de la infracción se produjeron considerables modificaciones en la organización y estructura de las divisiones de cartoncillo de Saffa. No obstante, existe una clara continuidad como «empresa» entre Saffa SpA y la entidad resultante de la fusión, denominada actualmente Sarrió SA. Por lo tanto, el destinatario de la presente Decisión será Sarrió SA por lo que a toda la duración de la participación en la infracción de las divisiones de Saffa se refiere.

La adquisición en 1991 de Prat Cartón significa también que Sarrió pasó a ser responsable de la participación de este fabricante español en el cartel durante todo el período de su participación.

g) *SCA*

(155) La adquisición, por parte del grupo sueco de productos forestales SCA, de Reedpack PLC, propietario en último término del Colthrop Borad Mill, no plantea problema alguno según el enfoque descrito en el considerando 143.

En la lista de miembros del PG Paperboard figura Reed Paper & Board (UK) Ltd («Reed P & B»), del que siempre formó parte el Colthrop Board Mill en Newbury Berks. Colthrop no constituía una entidad jurídica independiente. Reed P & B, cuya sede central estaba en Kent, constituía una división de Reedpack y disponía de varias fábricas de papel, además de Colthrop. Tras la adquisición en julio de 1990 por SCA, Reed P & B continuó existiendo pero su denominación pasó a ser en primer lugar SCA Aylesford Ltd y posteriormente, el 5 de febrero de 1992, SCA holding Ltd.

Durante el procedimiento administrativo, SCA afirmó que el procedimiento no debía incoarse contra SCA Holding Ltd (la antigua Reed P & B) sino contra la factoría Colthrop que actualmente es propiedad de M-M : SCA afirma que Colthrop era una entidad comercial completamente independiente, distinta de la sociedad matriz. Según se ha señalado al referirse a MoDo (véase el considerando 152), aun cuando esto fuera cierto, no tendría por qué eximir a Reed P & B de su responsabilidad. En cualquier caso, los hechos no corroboran la afirmación de SCA. Independientemente del hecho de que carece de personalidad jurídica independiente (que la Comisión no considera decisiva por sí misma), la factoría Colthrop no estaba de hecho organizada ni funcionaba como entidad separada de Reed P & B. La denominada «autonomía» en que se basa SCA era la misma que la de cualquier unidad operativa dentro de la estructura normal de gestión de una empresa. En cualquier caso, la alegación de SCA omite por completo el hecho de que fue un alto ejecutivo de la dirección de Reed P & B situada en Kent (ante el cual era responsable el director de la factoría Colthrop) el que asistió invariablemente al PG Paperboard a nivel de «presidente».

Por consiguiente, la Comisión rechaza expresamente la alegación de SCA en el sentido de que Colthrop Board Mill, y no Reed P & B, debería ser el destinatario de la presente Decisión. Esto equivale a decir que cada unidad operativa de una empresa debe ser siempre considerada como una «empresa» separada a efectos del artículo 85.

(156) De no haber sido por la adquisición por SCA, el procedimiento hubiera debido incoarse contra Reed Paper & Board (UK) Ltd. Existía una continuidad evidente entre Reed Paper & Board (UK) Ltd, SCA Aylesford Ltd, y SCA Holding Ltd: son una única e idéntica entidad constituida con distintas denominaciones. El hecho de que la factoría Colthrop fuese vendida en 1991, no es óbice para que SCA Holding Ltd continuase existiendo. La responsabilidad por su participación no se transfiere junto con la factoría Colthrop que simplemente era uno de sus activos [véase la sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 17 de diciembre

de 1991 en el asunto T-6/89, Enichem Anic SpA/ Comisión [1], puntos 236 a 240].

SCA manifestó que, incluso si desde el punto de vista del Derecho de sociedades, SCA Holding Ltd y Reed P & B constituían una misma entidad, la primera actualmente sólo existía sobre el papel. Según SCA, además de la factoría Colthrop que había sido vendida, sus demás activos habían sido divididos durante la reorganización entre la división de embalaje de SCA y su división de papel para artes gráficas. Por lo tanto (según SCA) era «una empresa diferente desde el punto de vista económico y operativo, con activos diferentes y personal diferente». Lo que SCA no menciona en sus observaciones escritas y orales es que, a raíz de la reorganización, SCA Holding Ltd adquirió de hecho el capital en acciones de SCA Packaging Ltd y de SCA Graphic Paper Holdings 1991 Ltd, a las que se transfirieron entonces dichos activos. En realidad, aparte del hecho de que hoy en día es técnicamente una sociedad de cartera en lugar del verdadero propietario de los activos, las actividades de la antigua Reed P & B continuaron siendo las mismas tras el cambio de denominación.

(157) La Comisión también rechaza la alegación de SCA en el sentido de que es «manifiestamente injusto» exigirle responsabilidad por las acciones anteriores de la empresa que había adquirido. Este argumento omite el hecho de que el destinatario de la presente Decisión no es el grupo SCA en su conjunto, sino la propia empresa adquirida. En cualquier caso, Reed P & B continuó participando tanto en el JMC (octubre de 1990) como en la «President Conference» (noviembre de 1990) tras su adquisición por SCA. El hecho de si la nueva dirección en Suecia conocía la existencia o la continuación de cierta forma de colusión carece de importancia pero la insistencia de SCA en sentido contrario no es creíble dado que el propio nuevo director gerente asisitió a la «President Conference» del 26 de octubre de 1990 junto con su antecesor (SCA afirma que sólo estuvieron presentes un momento, pero ésto no es lo que se deduce de las actas). SCA sólo inició su retirada del PG Paperboard y de sus actividades cuando se conoció la denuncia de la BPIF a la Comisión, un mes después de la presentación de la misma.

Aunque a raíz de la reorganización, la «empresa» consta actualmente de la unidad formada por SCA Holding Ltd y sus filiales que poseen los activos, a efectos de la aplicación de la presente Decisión es necesario identificar como destinataria de la presente Decisión una entidad con personalidad jurídica. Con arreglo a la práctica habitual de la Comisón, el destinatario pertinente será la sociedad de cartera, SCA Holding Ltd.

[1] Rec. 1991, p. II-1623.

h) *Stora*

(158) Stora admite la responsabilidad por la participación de sus filiales Feldmühle, Kopparfors y CBC en la infracción, tanto antes como después de su adquisición por el grupo.

i) *Tampella Corporation*

(159) Tampella Corporation, una de las sociedades miembros de Finnboard, constituyó sus cinco divisiones industriales como entidades con personalidad jurídica independiente a partir del 1 de enero de 1991, como parte de una reestructuración del grupo. Estas sociedades, actualmente denominadas «grupos comerciales» de Tampella, continuaron siendo, durante todo el período que nos ocupa, propiedad al 100 % de la empresa matriz.

La división de productors forestales de Tampella pasó a ser denominada Tampella Forest Inc. Esta nueva empresa pasó oficialmente a ocupar el lugar de su empresa matriz en Finnboard durante 1991, aunque las personas que la representaban continuaron siendo exactamente las mismas que antes. Durante el presente procedimiento, Tampella Corp. no planteó ninguna cuestión en relación con la reorganización del grupo. A su vez, Tampella Forest Inc. fue vendida a Enso-Gutzeit a comienzos de 1993. Tampella Corp. continúa existiendo como empresa. El hecho de que Tampella Corp. haya vendido su división de grupos forestales no afecta a su responsabilidad conjunta como miembro de Finnboard (véase el considerando 175) por la participación de Finnboard en la infracción.

j) *Tampella Española (en la actualidad denominada Enso Española)*

(160) Tampella Española era propiedad al 100 % de Tampella Corp., uno de los cuatro fabricantes finlandeses de calidades GC. No obstante, sus actividades no están integradas en las de la empresa matriz y opera fundamentalmente como proveedor español. No vende a través de Finnboard. Estuvo representada individualmente en el PG Paperboard, en el que comenzó a participar con regularidad en 1987, mientras que las actividades de la empresa matriz en Finlandia estaban representadas por Finnboard.

En principio, el procedimiento debiera haberse incoado contra el grupo Tampella en relación con la participación en el cartel tanto de las empresas españolas como finlandesas. No obstante, teniendo en cuenta el tratamiento especial reservado a Finnboard a los cuatro fabricantes finlandeses —cada fabricante es considerado responsable solidario con Finnboard por la parte de la multa proporcional a su propia cuota en las ventas de cartoncillo de Finnboard: véanse la considerandos 173 a 175— es conveniente dirigir la presente Decisión (e imponer una multa por separado) a Tampella Española (o Enso Española, tal y como se se denomina en la actualidad).

La consideración de Tampella Española como empresa independiente a efectos de la presente Decisión no se ve afectada por la adquisición de la división de productos forestales de Tampella Corporation por parte de Enso-Gutzeit en abril de 1993.

El cuadro 8 refleja pormenorizadamente aquellos casos en que una empresa infractora ha sido absorbida por otra mediante adquisición o fusión.

8. **Duración de la infracción**

(161) Aunque de la declaración de Stora se desprende claramente que los acuerdos colusivos existían ya al menos desde 1975, y que el PG Paperboard fue, con toda probabilidad, creado específicamente como vehículo para la cooperación ilegal, en el presente caso la Comisión se limitará a hacer una valoración con arreglo al artículo 85, y a imponer las multas que procedan, desde el período de junio de 1986 en adelante.

En esta fecha se creó el PWG y se intensificó la colusión entre los fabricantes, comenzando a ser más efectiva.

A partir de esa fecha está demostrada la participación en la infracción de prácticamente todos los destinatarios de la presente Decisión. Muchos de ellos, sino todos, ya eran miembros del PG Paperboard y lo habían sido desde la fecha de su creación en 1981.

(162) Aunque ya eran miembros del PG Paperboard, unos pocos fabricantes no desarrollaron aparentemente un papel activo en el cartel antes de la creación del JMC a finales de 1987 o comienzos de 1988.

De esta forma, se puede afirmar que la participación activa de Buchmann en la infracción comenzó cuando dicha empresa empezó a asistir al JMC, aproximadamente en las mismas fechas de la primera iniciativa de precios de 1988.

Igualmente, existen pocas pruebas de la participación de Rena en las actividades de determinación de precios del cartel hasta dicha iniciativa de precios de marzo de 1988.

Enso Española comenzó a asistir a las reuniones de un grupo del PG Paperboard (el Economic Committee) con carácter regular en 1987 y la primera President Conference a la que asistió fue la de 25 de mayo de 1988. Afirma que sólo empezó a asistir al JMC en febrero de 1989. Sin embargo, participó en la primera iniciativa de precios de 1988 y se puede considerar que su participación efectiva en la infracción comenzó aproximadamente en dicha fecha.

Gruber & Weber parece que también comenzaron a asistir a reuniones manifiestamente ilegales un poco más tarde que la mayoría de los demás. Como no estaba dispuesta a facilitar información correspondiente al período anterior a 1989, es imposible decir con exactitud cuándo comenzó a asistir al JMC. El hecho de que se uniese al sistema FIDES en 1988 constituye probablemente la mejor indicación en las presentes circunstancias de cuándo se adhirió por vez primera al cartel ilegal. Como consecuencia de una reestructuración de la maquinaria, este fabricante, relativamente pequeño, parece que dejó de desempeñar un papel activo en el PG Paperboard a finales de 1990.

La responsabilidad de KNP por la participación de su filial neerlandesa KNP Vouwkarton concluyó al ser ésta transferida a M-M el 1 de enero de 1990. Su filial alemana Badische había dejado de asistir a las reuniones del JMC en mayo de 1989, y se retiró oficialmente del PG Paperboard a finales del mismo año. No obstante, Badische continuaba siguiendo las iniciativas de precios del cartel en el momento de las investigaciones de la Comisión. En el Reino Unido, parece haber obtenido su información sobre las iniciativas de precios propuestas a través de la participación de su agente de ventas en el PAA. Por lo tanto, se debe considerar a KNP como participante en la infracción hasta la fecha de las investigaciones, aun cuando, desde finales de 1989, su participación a través de Badische puede considerarse marginal.

(163) Fiskeby dejó de asistir a las reuniones del JMC en junio de 1990 a raíz de su adquisición por Manville. La nueva empresa matriz estadounidense de Fiskeby había dado a ésta instrucciones formales de abstenerse de realizar cualquier actividad que pudiese infringir el derecho de competencia. No obstante, no se retiró de la «President Conference» ni, aparentemente, del NPI (mediante el cual ha admitido que recibió información sobre precios, por los menos en el pasado); asimismo, los nuevos precios que aplicó el 1 de enero de 1991 (y que comunicó a sus clientes en agosto y octubre del año anterior) en cada mercado nacional eran exactamente los mencionados en la nota de Rena correspondiente a la reunión del JMC de de 6 septiembre de 1990 (véase el considerando 85). La Comisión llega a la conclusión de que, aun cuando dejase de asisitir al JMC, continuó recibiendo información de los demás fabricantes en cuanto a los incrementos de precios aplicables y actuando con arreglo a la misma.

Por lo que se refiere a SCA Holding Ltd, la Comisión admite que dejó de asistir a las reuniones del PG Paperboard a partir de noviembre de 1990. SCA afirma que se retiró en cuanto fue consciente, a través de la publicidad que se dio a la denuncia del BPIF, de que era posible que se estuviera infringiendo el Derecho comunitario de competencia. No obstante, su participación en el PG Paperboard hasta dicha fecha continuó produciendo efectos después de noviembre de 1990, ya que el incremento de precios programado en octubre de 1990 para entrar en vigor en enero del año siguiente, fue aplicado por la factoría de Colthrop y continuaba vigente en abril de 1991.

(164) No es fácil determinar la fecha exacta en la que se puso fin al propio cartel, y no cabe excluir la posibilidad de que la colusión continuase durante cierto tiempo pasado el mes de abril de 1991, fecha de las investigaciones.

Con la prudencia que requerían las circunstancias, la mayor parte de los fabricantes dejó de asistir a las reuniones del JMC, pero incluso si se retiraron immediatamente de la actividad ilegal común, los efectos de la última iniciativa de precios concertada que se conoce —que había sido aplazada hasta abril de 1991 y que se consideraba un éxito, al menos en su fase inicial— continuaron haciéndose sentir en el mercado durante cierto tiempo.

De hecho, varios de los principales fabricantes continuaron celebrando reuniones del JMC a pesar de lo que podían conocer en cuanto a los resultados de las investigaciones de las Comisión. Sólo se interrumpieron una vez se conoció la colaboración de Stora con la Comisión.

Por lo tanto, cabe mantener serias sospechas en cuanto al contenido de las reuniones del JMC celebradas en julio de 1991 a las que asistieron Cascades, Finnboard, M-M, Sarrió y Stora. No obstante, al carecer de pruebas directas de colusión ilegal en estas reuniones, la Comisión no impondrá sanción adicional alguna a dichas empresas por la continuación de su participación en el JMC.

B. CESACIÓN DE LAS INFRACCIONES

1. Artículo 3 del Reglamento nº 17

(165) Cuando la Comisión considera que existe una infracción del artículo 85, puede exigir a las empresas afectadas que pongan fin a dicha infracción en virtud del artículo 3 del Reglamento nº17.

En el presente caso, los participantes en el cartel se esforzaron mucho por ocultar su comportamiento ilegal. Se suprimieron sistemáticamente casi todos los rastros documentales de las actividades del PWG y del JMC: no se conservó ningún acta, informe, lista de participantes o invitación. Las actas oficiales de grupos tales como la «President Conference» estaban redactadas de tal forma que ocultaban la verdadera naturaleza de sus actividades.

La mayor parte de los productores respondieron de forma vaga o con evasivas en cuanto a las competencias y actividades de la «President Conference», del PWG y del JMC. Afirman que no tienen documentos relacionados con las mismas. Algunos de los fabricantes continuaron asistiendo a reuniones después de la fecha de la investigación.

En estas circunstancias, no se puede afirmar con seguridad que la colusión haya finalizado por completo en todos sus aspectos.

Por lo tanto, la Comisión se ve obligado a exigir a las empresas destinatarias de la presente Decisión que pongan fin a la infracción (si no lo han hecho ya) y que, en adelante, renuncien a cualquier acuerdo o práctica concertada que pueda tener un objeto o efecto idéntico o similar.

(166) Por lo que se refiere al intercambio de información, el sistema FIDES ha sido modificado considerablemente (véanse los considerandos 105 y 106). No obstante, aunque los aspectos más palmariamente contrarios a la competencia de este sistema han sido suprimidos, el nuevo sistema continúa siendo incompatible con el artículo 85. Es evidente que, incluso sin el complemento de la información individual, puede funcionar como instrumento para promover, fomentar o facilitar la coordinación, por parte de los fabricantes de cartoncillo, de su comportamiento comercial, así como la adopción de una respuesta común del sector frente a los indicadores del mercado. Por consiguiente, se exigirá a los fabricantes que se abstengan en el futuro de cualquier intercambio de información relativa a:

— la situación actual de entradas de pedidos y cartera de pedidos (incluso con datos globales);

— las previsiones sobre el índice de utilización de la capacidad de producción *(idem)*;

— la capacidad de producción de cada máquina.

Los intercambios de información se limitarán a la obtención y difusión de estadísticas globales de producción y ventas elaboradas de forma tal que no exista la posibilidad de que los participantes las utilicen para coordinar su comportamiento comercial.

Se debe exigir también a las empresas que se abstengan de intercambiar más información significativa desde el punto de vista de la competencia, aparte de los intercambios permitidos anteriormente, y de reunirse para discutir el contenido de la información intercambiada, así como la posible reacción de la industria o de cada fabricante ante tal información.

2. Apartado 2 del artículo 15 del Reglamento nº 17

(167) Con arreglo al apartado 2 del artículo 15 del Reglamento nº 17, la Comisión podrá, mediante decisión, imponer a las empresas multas que vayan de un mínimo de mil ecus a un máximo de un millón de ecus, pudiéndose elevar este límite máximo hasta el 10 % del volumen de negocios alcanzado durante el ejercicio económico anterior por

cada empresa que hubiere tomado parte en la infracción cuando, deliberadamente o por negligencia, infrinjan el apartado 1 del artículo 85. Para establecer la cuantía de la multa, se tomará en consideración, además de la gravedad de la infracción, la duración de ésta.

Las empresas destinatarias de la presente Decisión infringieron deliberadamente el artículo 85. Conociendo perfectamente el carácter ilegal de su actividad y siendo conscientes de que corrían el riesgo de que se les impusieran multas importantes, crearon y aplicaron con éxito un sistema secreto e institucionalizado de reuniones periódicas con objeto de fijar precios y fomentar unas condiciones de mercado que hiciesen posible llevar a la práctica los incrementos de precio concertados en todo el mercado común.

Un aspecto especialmente grave de la infracción consiste en que, tratando de camuflar la existencia del cartel, las empresas llegaron a orquestar previamente la fecha y secuencia del anuncio de los nuevos incrementos de precios por parte de cada uno de los principales fabricantes.

La infracción fue de larga duración. A efectos del presente caso, la Comisión considera que dio comienzo a mediados de 1986 (aunque según Stora la colusión comenzó mucho antes de dicha fecha). Continuó por lo menos hasta la fecha de las investigaciones de la Comisión, sin las cuales, con toda probabilidad, el cartel continuaría funcionando actualmente.

(168) Al determinar el nivel general de las multas en el presente caso, la Comisión ha tenido en cuenta (entre otras cosas) las siguientes consideraciones:

— la colusión relativa a los precios y el reparto del mercado constituyen, por su propia naturaleza, restricciones graves de la competencia;

— el cartel abarcaba prácticamente todo el territorio comunitario;

— el mercado comunitario del cartoncillo es un importante sector industrial que mueve cada año cerca de 2 500 millones de ecus;

— las empresas participantes en la infracción abarcan prácticamente todo el mercado;

— el cartel funcionaba como un sistema de reuniones periódicas institucionalizadas destinadas a regular minuciosamente el mercado del cartoncillo en la Comunidad;

— se actuó deliberadamente con objeto de ocultar la verdadera naturaleza y el alcance de la colusión (carencia de actas oficiales y de documentación del PWG y del JMC; se aconsejaba no tomar notas; se «organizaba» el calendario y el orden en el que se anunciarían los incrementos de precio, con objeto de argumentar que no se hacía sino seguir al líder, etc.);

— los objetivos del cartel se alcanzaron con éxito en gran medida.

(169) Al valorar la multa que se debe imponer a cada empresa, la Comisión ha tenido además en cuenta:

— el papel que cada una ha desempeñado en los acuerdos colusivos;

— cualquier diferencia sustancial en la duración de la participación de cada una en el cartel, si así fuere;

— la respectiva importancia de cada empresa en el sector (tamaño, línea de productos, cuota de mercado, volumen de negocios del grupo y volumen de negocios correspondiente al cartoncillo);

— cualquier circunstancia atenuante, inclusive el nivel de cooperación con la Comisión tras la investigación y el grado en que esta cooperación pueda haber contribuido materialmente a facilitar o acelerar la conclusión del presente procedimiento.

Siempre que existan razones justificadas para admitir que una u otra empresa pueda haber participado durante un período considerablemente menor que las demás (véase el considerando 162), ésto quedará reflejado en el importe de la multa impuesta. La Comisión ha tenido también en cuenta cualquier modificación importante de la naturaleza o intensidad del cometido desempeñado en el cartel por cada uno de los fabricantes. No obstante, al calcular cada multa, no se pretende emplear una fórmula matemática precisa que refleje el número exacto de días, meses o años durante los cuales cada productor participó en el cartel.

(170) Los «líderes», es decir los fabricantes más importantes que participaban en el PWG (Cascades; Finnboard; M-M; MoDo; Sarrió y Stora) deben cargar con una responsabilidad especial. Eran claramente los principales participantes en la toma de decisiones y los impulsores del cartel.

KNP fue también miembro del PWG hasta 1988 y aunque no es uno de los principales fabricantes de cartoncillo, es uno de los principales productores de la industria papelera y uno de los más importantes grupos industriales de los Países Bajos. En efecto, es probable que debido a esta posición particular los demás fabricantes aceptasen que el representante de KNP fuese quien presidiese las Conference Presidents y PWG en un momento crítico. Por lo tanto, se debe considerar también a KNP como líder del cartel por el período durante el que fue miembro del PWG.

Aunque Weig fue miembro del PWG desde 1988, no parece haber desempeñado un papel tan impor-

tante como los principales grupos industriales a la hora de determinar la política del cartel.

La multa impuesta a Enso-Gutzeit refleja sus circunstancias particulares al ser el único fabricante que no asistía a las reuniones del JMC.

A la hora de valorar las multas que se deben imponer a los pequeños fabricantes de cartoncillo, la Comisión ha tenido en cuenta, entre otras cosas, su condición de miembros ordinarios, y no de líderes, del cartel.

(171) Por lo que se refiere a la cooperación de los distintos fabricantes con las investigaciones de la Comisión en el presente caso, es evidente que Stora y Rena constituyen una categoría distinta de los demás.

Aunque ya existían importantes pruebas documentales de la existencia del cartel, la admisión espontánea de la infracción por parte de Stora, así como las pruebas detalladas que ha facilitado a la Comisión, han contribuido materialmente a elucidar la verdad, reduciendo la necesidad de basarse en pruebas circunstanciales y ha influido sin duda alguna en los demás fabricantes que, en caso contrario, hubieran podido seguir negando cualquier tipo de infracción. Por su parte, Rena facilitó voluntariamente a la Comisión pruebas documentales importantes.

Por consiguiente, se reducirá considerablemente la multa que, en caso contrario, se hubiera impuesto a Stora y al pequeño fabricante Rena.

(172) Aquellos fabricantes que, en la primera fase del procedimiento, es decir en su respuesta al pliego de cargos, no negaron las principales alegaciones de hecho presentadas contra ellos por la Comisión, merecen que se les reconozca su actitud mediante una reducción de la multa correspondiente, aunque esta reducción no puede ser de la misma magnitud que la de Stora y Rena.

Estos fabricantes son Buchmann, Europa Carton, Fiskeby, KNP, Papeteries de Lancey, Sarrió, Enso Española y Weig.

3. **Responsabilidad solidaria: Finnboard**

(173) Finnboard, en su calidad de entidad que ejerce una actividad mercantil, es una «empresa» a efectos del artículo 85. Como tal puede ser destinataria de las normas comunitarias sobre competencia, independientemente de la responsabilidad de sus empresas miembros.

En virtud del apartado 2 del artículo 15 del Reglamento nº 17, se le pueden imponer multas que no excedan el 10 % de su volumen de negocios durante el anterior ejercicio económico.

Sin embargo, Finnboard afirma que, a efectos del apartado 2 del artículo 15, su volumen de negocios no es el valor total de las ventas que efectúa sino únicamente la comisión que recibe en concepto de las ventas efectuadas en nombre de sus empresas miembros. En sus informes anuales y en su contabilidad publicada, Finnboard presenta efectivamente su «volumen de negocios» (diferenciándolo de sus «ventas») como la comisión correspondiente a dichas ventas. En 1992, por ejemplo, los «ingresos por comisiones» de Finnboard fueron de 20,2 millones de dólares estadounidenses (15,7 millones de ecus) sobre unas ventas totales por un valor fob de 911 millones de dólares estadounidenses (702 millones de ecus). De hecho, la primera cifra es simplemente el importe de los costes operativos de Finnboard cubiertos por las empresas miembros. Sería evidentemente discriminatorio y contrario al espíritu del artículo 15 si, al crear una agencia conjunta de ventas y efectuar todas sus ventas de cartoncillo a través de esta entidad, los fabricantes de Finnboard que representan el 10 % del mercado comunitario del cartoncillo pudiesen limitar su responsabilidad frente a las multas al 10 % de sus gastos corrientes en lugar de al 10 % de las ventas. En su calidad de organización común de ventas, Finnboard no puede asimilarse a un agente comercial independiente. Resultaría que en los distintos Estados miembros, los clientes firman contratos con Finnboard (aunque el derecho sobre los bienes pasa directamente de la fábrica miembro al cliente). Por consiguiente, a efectos del apartado 2 del artículo 15, se debe dar al «volumen de negocios» de Finnboard su significado habitual, a saber el valor total facturado de las ventas efectuadas para sus miembros.

Esta interpretación queda corroborado por las propias cuentas públicas de Finnboard: su balance demuestra que Finnboard percibe e ingresa en sus cuentas el valor total facturado de las ventas efectuadas para sus miembros. En sus activos corrientes a 31 de diciembre de 1992, la cifra de 194 milliones de dólares estadounidenses (149,5 milliones de ecus) queda reflejada como «cobros pendientes».

(174) Dado que fue la propia Finnboard, más que sus empresas miembros, la que participó activa y directamente en el cartel, es conveniente imponer una multa en primer lugar a Finnboard y tener en cuenta como límite máximo, con arreglo al apartado 2 del artículo 15, el 10 % del valor total de las ventas facturadas efectuadas por Finnboard.

No obstante, con objeto de reducir los riesgos de elusión, la Comisión considerará también a cada uno de los cuatro fabricantes finlandeses de calidades GC, que eran miembros de Finnboard en el período considerado (Kyro, Tampella, Metsa-Serla y United Paper Mills) responsables solidarios con Finnboard, por lo que se refiere a la parte de la multa total aproximadamente proporcional a su cuota en las ventas de cartoncillo de Finnboard en la Comunidad durante todo el último año natural en que consta que el cartel estuvo en funciona-

miento. Las empresas miembros niegan haber tenido conocimiento de cualquier posible infracción por parte de Finnboard y, por consiguiente, cualquier responsabilidad en cuanto a las multas. Sin embargo, Finnboard actuaba como *alter ego* de dichas empresas, y en interés de las mismas cuando participaba en el cartel, y dichas empresas son responsables de sus actividades, teniendo en cuenta, especialmente, que cada una de ellas era miembro de Finnboard y aportaba un miembro a su consejo de administración: véanse asuntos acumulados 6 y 7/73, Commercial Solvents/Comisión [1].

(175) Prácticamente durante todo el período en que se sabe que el cartel estuvo en funcionamiento, fueron los propios cuatro grupos quienes figuraban como empresas miembros de Finnboard. No obstante, durante 1991 tres de ellos reorganizaron su estructura de tal forma que las divisiones operativas (que antes no estaban constituidas como sociedad) responsables del cartoncillo quedaron constituidas como empresas separadas dentro del grupo. Tampella constituyó como sociedad su división de productos forestales con el nombre Tampella Forest Inc. el 1 de enero de 1991, y la nueva empresa pasó a ocupar el lugar de la empresa matriz en Finnboard. Durante 1991, Mëtsa-Serla reformó su estructura y, a partir del 30 de septiembre de 1991, estaba representada en Finnboard por Mëtsa-Serla Paper and Board Ltd. Kyro constituyó como sociedad su división de papel y cartón desde el 1 de enero de 1992 con la denominación Oy Kyro Board & Paper Ltd. El puesto del grupo Kyro en Finnboard fue ocupado por la nueva empresa. En la mayor parte de los casos, independientemente de las modificaciones formales efectuadas en cuanto a las empresas miembros, fueron los mismos altos directivos quienes continuaron representando a cada grupo como directores de Finnboard.

Aparte de Tampella, estas reorganizaciones internas (y los consiguientes cambios formales en los miembros de Finnboard) se produjeron todas tras la fecha de las investigaciones en abril de 1991. Por lo que se refiere a Mëtsa-Serla y Kyro no se plantean dudas en cuanto al destinatario adecuado: el propio grupo era formalmente miembro de Finnboard durante todo el período correspondiente desde 1986 hasta abril de 1991. Por lo que a Tampella se refiere, el hecho de que durante los últimos meses de funcionamiento conocido del cartel su división de productos forestales estuviese constituida como sociedad no afecta a la responsabilidad del propio grupo (véanse los considerandos 142 y 143).

Tampoco la posterior transferencia de la división de productos forestales de Tampella (Tampella Forest Inc) a Mëtsa-Serla a comienzos de 1993 significa que su responsabilidad por la participación de Finnboard en la infracción se desplace junto con la filial transferida (véanse los considerandos 145 y 159).

Por consiguiente, esta responsabilidad continúa siendo de Tampella Corporation que sigue existiendo como empresa y a la hora de calcular la parte de la multa por la que Mëtsa-Serla es responsable solidariamente con Finnboard, la Comisión no tiene en cuenta la adquisición,

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

Artículo 1

Buchmann GmbH, Cascades SA, Enso-Gutzeit Oy, Europa Carton AG, Finnboard-the Finnish Board Mills Association, Fiskeby Board AB, Gruber & Weber GmbH & Co KG, Kartonfabriek «De Eendracht» NV (cuyo nombre comercial es BPB De Eendracht), NV Koninklijke KNP BT NV (antes Koninklijke Nederlandse Papierfabrieken NV), Laakmann Karton GmbH & Co KG, Mo Och Domsjö AB (MoDo), Mayr-Melnhof Gesllschaft mbH, Papeteries de Lancey SA, Rena Kartonfabrik A/S, Sarrió SpA, SCA Holding Ltd [antes Reed Paper & Board (UK) Ltd], Stora Kopparbergs Bergslags AB, Enso Española SA (antes Tampella Española SA) y Moritz J. Weig GmbH & Co KG han infringido el apartado 1 del artículo 85 del Tratado CE al participar:

— en el caso de Buchmann y Rena, desde aproximadamente marzo de 1988 hasta, como mínimo, finales de 1990;

— en el caso de Enso Española desde, como mínimo, marzo de 1988 hasta, por lo menos, abril de 1991;

— en el caso de Gruber & Weber desde, como mínimo, 1988 hasta finales de 1990;

— en la mayor parte de los casos, desde mediados de 1986 hasta finales de abril de 1991,

en un acuerdo y una práctica concertada iniciados a mediados de 1986 por los cuales los proveedores de cartoncillo en la Comunidad:

— se reunían periódicamente con carácter secreto e institucionalizado con objeto de discutir y adoptar un plan industrial común para restringir la competencia;

— acordaban incrementos periódicos de precios para cada una de las calidades del producto en cada moneda nacional;

— planeaban y aplicaban incrementos de precios uniformes y simultáneos en toda la Comunidad;

— llegaban a un acuerdo para mantener las cuotas de mercado de los principales fabricantes a unos niveles constantes (sujetos a modificación de forma esporádica);

[1] Rec. 1974, p. 223.

— aplicaban (progresivamete desde el comienzo de 1990) medidas concertadas para controlar el suministro del producto en la Comunidad con el fin de garantizar la efectividad de los mencionados incrementos de precios;

— intercambiaban información comercial (sobre entregas, precios, interrupciones de la producción, carteras de pedidos y porcentajes de utilización de la maquinaria) para reforzar las medidas antes citadas.

Artículo 2

Las empresas mencionadas en el artículo 1 pondrán término a la infracción de forma inmediata, si todavía no lo hubieren hecho. Asimismo, y por lo que a sus actividades relacionadas con el cartoncillo se refiere, se abstendrán en lo sucesivo de cualquier acuerdo o práctica concertada cuyo objeto o efecto pudiera ser similar, así como de efectuar cualquier intercambio de información comercial:

a) mediante el cual se informe directa o indirectamente a los participantes sobre la producción, ventas, cartera de pedidos, porcentaje de utilización de las máquinas, costes de los precios de venta o planes de mercadotecnia de los demás fabricantes; o

b) mediante la cual, aun cuando no se revele información concreta alguna, se promueva, facilite o fomente una respuesta común del sector frente a las condiciones económicas por lo que al precio o al control de la producción se refiere; o

c) mediante la cual pudieran controlar la adhesión o el cumplimiento de cualquier acuerdo formal o tácito referente a los precios o al reparto de las cuotas de mercado en la Comunidad.

Cualquier sistema de intercambio de información general al que se adhieran (tal como el sistema FIDES, o su sucesor) será elaborado de tal forma que excluya no sólo cualquier información a partir de la cual se pueda determinar la conducta de cada fabricante, sino también todos los datos relativos a la situación actual de recepción y cartera de pedidos, el porcentaje previsto de utilización de capacidad de producción (en ambos casos, aun con datos globales) o la capacidad de producción de cada máquina.

Dicho sistema de intercambio se limitará a recopilar y difundir datos globales correspondientes a las estadísticas de producción y ventas que no puedan ser utilizados para promover o facilitar un comportamiento común del sector.

Se exige también a las empresas que se abstengan de realizar cualquier intercambio de información significativa desde el punto de vista de la competencia, distinto del autorizado, y de celebrar cualquier reunión o contacto de otro tipo con objeto de discutir el significado de la información intercambiada, así como la posible o probable reacción del sector o de los fabricantes frente a tal información.

Se concederá un período de tres meses a partir de la fecha en que se comunique la presente Decisión con objeto de efectuar las modificaciones necesarias en los sistemas de intercambio de información.

Artículo 3

Se imponen las siguientes multas a las empresas que se cita a continuación en relación con la infracción descrita en el artículo 1:

i) Buchmann GmbH, una multa de 2 200 000 ecus;

ii) Cascades, una multa de 16 200 000 ecus;

iii) Enso-Gutzeit, una multa de 3 250 000 ecus;

iv) Europa Carton AG, una multa de 2 000 000 de ecus;

v) Finnboard-the Finnish Board Mills Association, una multa de 20 000 000 de ecus, de la que serán responsables de forma conjunta y solidaria con Finnboard Oy Kyro AB por un importe de 3 000 000 de ecus, Metsä-Serla Oy por un importe de 7 000 000 de ecus, Tampella Corp. por un importe de 5 000 000 de ecus y United Paper Mills Ltd por un importe de 5 000 000 de ecus;

vi) Fiskeby Board AV, una multa de 1 000 000 de ecus;

vii) Gruber & Weber GmbH & Co KG, una multa de 1 000 000 de ecus;

viii) BPB De Eendracht NV, una multa de 1 750 000 ecus;

ix) NV Koninklijke KNP BT NV, una multa de 3 000 000 de ecus;

x) Laakmann Karton GmbH & Co´KG, una multa de 2 200 000 ecus;

xi) Mayr-Melnhof Gesellschaft mbH, una multa de 21 000 000 de ecus;

xii) Mo Och Domsjö AB, una multa de 22 750 000 ecus;

xiii) Papeteries de Lancey SA, una multa de 1 500 000 ecus;

xiv) Rena Kartonfabrik A/S, una multa de 200 000 ecus;

xv) Sarrió SpA, una multa de 15 500 000 ecus;

xvi) SCA Holding Limited, una multa de 2 200 000 ecus;

xvii) Stora Kopparbergs Bergslags AB, una multa de 11 250 000 ecus;

xviii) Enso Española SA, una multa de 1 750 000 ecus;

xix) Moritz J. Weig GmbH & Co KG, una multa de 3 000 000 de ecus.

Artículo 4

Las multas impuestas en virtud del artículo 3 se harán efectivas en ecus en un plazo de tres meses a partir de la fecha de notificación de la presente Decisión en la siguiente cuenta bancaria de la Comisión de las Comunidades Europeas:

310—0933000—43, Banque Bruxelles-Lambert, Agence Européenne, Rond Point Schuman 5,B-1040 Bruxelles.

Transcurrido dicho plazo, el importe de dicha multa devengará automáticamente un interés al tipo aplicado por el Instituto Monetario Europeo en sus operaciones en ecus el primer dia hábil del mes en el curso del cual se haya adoptado la presente Decisión, incrementado en 3,5 puntos porcentuales, es decir, 9,25 %.

Artículo 5

Los destinatarios de la presente Decisión serán:

— Buchmann GmbH, D-76857 Rinnthal;

— Cascades SA, Les Mercuriales, Tou Ponant, 40 rue Jean-Jaurès, F-93176 Bagnolet Cedex;

— Enso-Gutzeit Oy, Kanavaranta 1, SF-00160 Helsinki;

— Europa Carton AG, Spitalerstrasse 11, D-20095 Hamburg;

— Finnboard-the Finnish Board Mills Association, Eteläesplanadi 2, SF-00130 Helsinki;

— Oy Kyro Ab, SF-39200 Kyröskoski;

— Metsä-Serla Oy, Fabianinkatu 8, SF-00130 Helsinki;

— Tampella Corporation, PO Box 256, Lapintie 1, SF-33101 Tampere;

— United Paper Mills, PO Box 40, SF-37601 Valkeakoski;

— Fiskeby Board AB, Box 1, Fiskeby, S-601102 Norrköping;

— Gruber & Weber GmbH & Co KG, D-76593 Gernsbach;

— Kartonfabriek «De Eendracht» NV (que actúa comercialmente como BPB De Eendracht), Woldweg 18, NL-9902 AG Appingedam;

— NV Koninklijke KNP BT NV, Paalbergweg 2, NL-1105 AG Amsterdam 20;

— Laakmann Karton GmbH & Co KG, Bonsfelderstrasse 1-4, D-42555 Velbert;

— Mo Och Domsjö AB, Standvägen 1, S-11484 Stockholm;

— Mayr-Melnhof Karton Gesellschaft mbH, Brahmsplatz 6, A-1041 Vienna;

— Papeteries de Lancey SA, Rue du Petit Clamart, F-78140 Vélizy Villacoublay;

— Rena Kartonfabrik A/S, N-2451 Rena;

— Sarrió SpA, Via G. de Medici 17, I-20013 Pontenuovo-Magenta (Milan);

— SCA Holding Ltd, New Hythe House, Aylesford, Maidstone Kent ME20 7PB;

— Stora Kopparbergs Bergslags AB, S-79180 Falun;

— Enso Española SA, Carretera N-2 km 592, 6, E-08755 Castellbisbal;

— Moritz J. Weig GmbH & Co KG, Polcherstrasse 113, D-56727 Mayen.

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

Hecho en Bruselas, el 13 de julio de 1994.

Por la Comisión

Karel VAN MIERT

Miembro de la Comisión

Cuadro 1

Producción, ventas y consumo de cartoncillo (1990)

(en miles de toneladas)

	Producción				Ventas					Consumo														
					Total	De las cuales exportaciones				Según origen												Total	Por calidades		
										Importaciones CE				Importaciones AELC				Origen nacional						
	SBS	GC	GD	Total		CE	ALEC	Otros	Total	SBS	GC	GD	Total	SBS	GC	GD	Total	SBS	GC	GD	Total		SBS	GC	GD
Benelux	—	24,4	6,4	30,8	30,7	22,3	0,9	—	23,2	—	16,3	40,2	56,5	6,7	20,2	8,3	35,2	—	5,2	2,4	7,6	99,3	6,7	41,7	50,9
Dinamarca	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0,7	7,3	8,0	10,0	22,1	15,4	47,5	—	—	—	—	55,5	10,0	22,8	22,7
Alemania	—	205,4	656,8	862,2	861,7	217,6	20,3	101,4	339,3	—	21,7	76,3	98,0	81,7	86,8	70,1	238,6	—	132,6	386,1	518,7	855,3	81,7	241,1	532,5
España	5,0	46,7	229,3	281,0	276,5	57,8	1,2	53,9	112,9	—	8,3	4,5	12,8	16,4	18,2	0,4	35,0	4,1	35,3	123,4	162,8	210,6	20,5	61,8	128,3
Francia	—	167,4	143,6	311,0	301,9	99,9	2,0	20,0	121,9	—	43,8	136,7	180,5	27,8	79,9	33,7	141,4	0,2	97,3	82,4	179,9	501,8	28,0	221,0	252,8
Grecia	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2,1	8,4	10,5	5,1	6,5	2,7	14,3	—	—	—	—	24,8	5,1	8,6	11,1
Irlanda	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3,7	4,5	8,2	5,5	12,8	0,9	19,2	—	—	—	—	27,4	5,5	16,5	5,4
Italia	—	49,5	537,4	586,9	588,3	107,9	2,9	51,3	162,1	—	21,2	10,2	31,4	18,6	21,9	30,8	71,3	—	41,7	384,5	426,2	528,9	18,6	84,8	425,5
Países Bajos	—	32,0	100,7	132,7	127,2	85,1	4,3	5,6	95,0	—	20,6	36,8	57,4	23,0	28,1	19,6	70,7	—	10,9	21,1	32,0	160,1	23,0	59,6	77,5
Portugal	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	6,1	14,3	20,4	0,9	4,3	1,3	6,5	—	—	—	—	26,9	0,9	10,4	15,6
Reino Unido	—	178,8	50,8	229,6	225,3	30,0	2,7	10,6	43,3	—	40,6	95,0	135,6	41,0	199,8	36,8	277,6	—	139,4	42,6	182,0	595,2	41,0	379,8	174,4
CE	5,0	704,2	1 725,0	2 434,2	2 411,6	620,6	34,3	242,8	897,7	—	185,1	434,2	619,3	236,7	500,6	220,0	957,3	4,3	462,4	1 042,5	1 509,2	3 085,8	241,0	1 148,1	1 696,7
Suecia	229,8	326,2	99,1	655,1	649,1	418,9	66,5	85,4	570,8	—	2,0	3,6	5,6	1,1	7,0	1,0	9,1	11,4	36,1	30,6	78,1	92,8	12,5	45,1	35,2
Noruega	—	20,6	—	20,6	19,3	13,4	0,7	1,5	15,6	—	0,7	1,6	2,3	2,4	8,0	2,6	13,0	—	3,7	—	3,7	19,0	2,4	12,4	4,2
Finlandia	125,5	504,6	2,0	632,1	603,2	337,3	24,3	189,2	550,8	—	—	0,8	0,8	2,2	1,7	3,4	7,3	14,6	37,6	0,2	52,4	60,5	16,8	39,3	4,4
Austria	—	—	339,0	339,0	336,4	134,4	11,9	108,4	254,7	—	4,9	9,2	14,1	6,5	11,1	1,9	19,5	—	—	81,7	81,7	115,3	6,5	16,0	92,8
Suiza	—	10,2	87,2	97,4	98,0	53,0	2,5	4,1	59,6	—	5,2	4,0	9,2	20,4	25,1	11,5	57,0	—	5,3	33,1	38,4	104,6	20,4	35,6	48,6
AELC	355,3	861,6	527,3	1 744,2	1 706,0	957,0	105,9	388,6	1 451,5	—	12,8	19,2	32,0	32,6	52,9	20,4	105,9	26,0	82,7	145,6	254,3	392,2	58,6	148,4	185,2
EEE	360,3	1 565,8	2 252,3	4 178,4	4 117,6	1 577,6	140,2	631,4	2 349,2	—	197,9	453,4	651,3	269,3	553,5	240,4	1 063,2	30,3	545,1	1 188,1	1 763,5	3 478,0	299,6	1 296,5	1 881,9

Fuente: Intercambio de información del PG Paperboard.

Cuadro 2

Asistencia a reuniones del PWG desde noviembre de 1989

	28. 11. 1989	6. 2. 1990	6. 4. 1990	23. 5. 1990	26. 11. 1990	1. 2. 1991	12. 4. 1991	27. 5. 1991	5. 6. 1991
Cascades	×	×	×	×	×	×	×	ausencia	×
CBC	×*	×	×	×*	×*	×	no info	×	×
Feldmühle	×*	×	×	×*	×*	×	no info	×	×
Finnboard	ausencia	no info	×	×	×	×	×	no info	×
M-M	×*	×	×	×	×	×	×	×	×
MoDo	×	?	×	×	×	×	deniega	deniega	deniega (1)
Sarrió/Saffa	×*	?	×	×	×	×	×	×	ausencia
Weig	×	×	×	×	×	×	no info	×	ausencia

× = reconocida su presencia en el PWG.
×* = asistió probablemente al PWG ya que participó en la President Conference de dicho día.
(1) MoDo desmiente su asistencia a la reunión del PWG de 5 de junio de 1991, pero participó en la President Conference de dicho día.

Cuadro 3

Asistencia a «President Conferences»

	(1) 29. 5. 1986	(2) 10. 11. 1986	(3) 20. 5. 1987	(4) 4. 12. 1987	(5) 25. 5. 1988	(6) 17. 11. 1988	(7) 17. 5. 1989	(8) 28. 11. 1989	(9) (1) 23. 5. 1990	(10) 26. 11. 1990	(11) 5. 6. 1991
Badische (KNP)	×		×	×	×		×				
Billerud (Stora)			×								
Cascades (2)		×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
CBC (Stora)	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Deisswil (M-M)		×				×	×	×	×		
De Eendracht	×		×	×		×			?		×
De Lancey	×		×	×	×	×	×		?	×	×
Djupafors (Cascades) (2)	×						×				
Duffel (Cascades) (2)	×		×	×	×	×	×				
Enso-Gutzeit	×		×	×	×	×	×	×	?	×	×
Europa Carton	×			×			×		×	×	
Feldmühle (Stora)	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Finnboard	×	×	×		×	×	×		×	×	×
Fiskeby	×						×		?	×	×
Iggesunds Bruk (MoDo) (3)	×		×	×	×		×	×	×	×	×
Kopparfors (Stora)				×	×	×		×	×	×	
KNP Vouwkarton (KNP)	×	×	×	×	×	×	×				
Laakmann	×		×	×	×	×	×	×	×		
Mayr-Melnhof (incl. FS)	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Metsä Serla (FB)	×		×		×		×		×		×
Prat Cartón (Sarrió)	×				×	×		×			
Reedpack (SCA)	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	
Rena									×	×	×
Saffa (Sarrió)	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	
United Paper Mills (FB)							×				
Tampella Española					×	×	×				
Thames Board (MoDo) (3)	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Weig	×	×		×	×		×	?	×	×	
Scanpapp/NPI	×		×	×	×	×	×	×	?	×	×

(1) La lista de asistentes a la reunión de Helsinki, de 23 de mayo de 1990, no se adjuntaba al acta de la reunión.
(2) Tras la adquisición Djupafors y Duffel por parte de Cascades en 1989, las dos primeras dejaron de estar representadas por separado.
(3) Desde el 17 de mayo de 1989 el presidente de Iggesund Paperboard AG representaba a ambas fábricas de MoDo.

Cuadro 4

Participación en reuniones conocidas del JMC

Fechas de los reuniones	Badische (KNP)	Buchmann (1)	Cascades	Europa Carton	Finnboard (2)	Fiskeby (3)	Gruber & Weber (4)	Kartonfabriek De Eendracht (5)	KNP (6)	Laakmann (7)	M-M/FS (8)	MoDo Igg/TBM (9)	Papeteries de Lancey (10)	Prat Cartón (Sarrió)	Rena	Sarrió/Saffa (11)	SCA Holding (Reed)	Stora (12)	Tampella Española	Weig
13 de enero de 1988				×													×			
5 de febrero de 1988																	×			
17 de febrero de 1988																	×			
16-17 de marzo de 1988	×		×														×			
11 de mayo de 1988																	×			
1 de junio de 1988																	×			
28-29 de junio de 1988			×										×							×
31 de agosto de 1988	×		×	×																
20 de septiembre de 1988										×							×			
4 de noviembre de 1988																	×			
13 de diciembre de 1988																	×			
8-9 de febrero de 1989			×		×	×					×						×		×	
3-4 de abril de 1989				×				×			×						×			
27-28 de junio de 1989			×		×						×	×	×				×			×
6-7 de septiembre de 1989			×		×						×	×			×	×	×	×	×	
16 de octubre de 1989											×	×								
23 de octubre de 1989			×			×					×	×					×			
29 de noviembre de 1989			×	×	×	×					×	×								
6-7 de febrero de 1990		×	×		×	×	×				×	×			×			×	×	
4-5 de abril de 1990			×	×	×	×	?				×	×						×	×	
14 de mayo de 1990		×	×				×				×									
28 de junio de 1990					×					×	×	×		×						
4 de septiembre de 1990		×	×	×			×				×			×					×	×
6 de septiembre de 1990					×						×	×			×			×		
8-9 de octubre de 1990		×	×		×		?				×	×		×	×			×	×	
19-20 de noviembre de 1990		×	×		×		?	×			×	×								×

Fechas de los reuniones	Badische (KNP)	Buchmann (1)	Cascades	Europa Carton	Finnboard (2)	Fiskeby (3)	Gruber & Weber (4)	Kartonfabriek De Eendracht (5)	KNP (6)	Laakmann (7)	M-M/FS (8)	MoDo Igg/TBM (9)	Papeteries de Lancey (10)	Prat Cartón (Sarrió)	Rena	Sarrió/Saffa (11)	SCA Holding (Reed)	Stora (12)	Tampella Española	Weig
29-30 de enero de 1991		×	×		×					×	×	×	×					×	×	×
5 de marzo de 1991		×	×		×						×	×	×					×	×	
10 de abril de 1991		×	×		×						×	×	×						×	×
3/10 de julio de 1991			×		×						×					×		×		

(1) Buchmann reconoce su participación desde 1988, pero no se dispone de datos anteriores a 1990.
(2) Finnboard no ha suministrado información sobre su asistencia durante el período anterior a 1989.
(3) Fiskeby admite su participación desde 1983 pero no se dispone de datos anteriores a 1989.
(4) Gruber & Weber admite su participación desde 1989 pero no se disponede datos anteriores a 1990.
(5) De Eendracht admite su participación desde 1989.
(6) Se sabe que KNP asistió a «gran parte de las reuniones».
(7) Laakmann admite haber asistido a reuniones desde 1984.
(8) M-M no admite su participación en reunión alguna anterior a 1989.
(9) MoDo admite que TBM «pudo haber asistido» antes de 1989 pero no suministra datos.
(10) Papeteries de Lancey admite su asistencia a reuniones en 1988, 1989, 1990 y 1991.
(11) Sarrió/Saffa admite haber participado con regularidad en las reuniones, pero no suministra datos.
(12) Stora admite su participación en la mayor parte de las reuniones desde el principio.

Cuadro 5

Participación en reuniones del MC/JMC

Fabricante	Admite su participación		Afirma que asistió a las reuniones														
	de	a	Buchmann (GD)	Cascades (GC/GD)	Europa (GD)	Finnboard (GC)	Karton-fabriek De Eendracht	Laakmann	M-M/FS	MoDo	Papeteries de Lancey	Prat Cartón	Sarrió/ Saffa	SCA/ Reedpack (1)	Stora	Tampella Española	Weig
Badische (KNP)	1986	1989												raramente			
Buchmann	1988	1990	×	×	×	×	×	×	×				×	sólo una vez	×		×
Cascades	1987	1991	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Europa Carton	1988	1990			×			×	×	×			×	—	×		
Finnboard	1989	1991		×		×				×	×	×	×	(sólo GC)	×	×	
Fiskeby	1983	1990			×				×				×	ocasional-mente	×		
Gruber & Weber	1989	1990	×		×		×	×	×				×	ocasional-mente		×	×
Kartonf. De Eendracht	1989	1990	×				×		×	×			×	ocasional-mente	×		×
KNP	1989	1989 (2)		×				×					×	×	×		
Laakmann	1984	1990	×		×		×	×	×				×	×	×		×
M-M/FS	1989	1991	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
MoDo (Igg/TBM)	1989	1991		×		×	×		×	×	×	×	×	(sólo GC)	×	×	
Papeteries de Lancey	1988	1991		×		×			×	×	×	×	×	ocasional-mente	×		
Prat Cartón	1990	1991	×	×		×		×			×	×		ocasional-mente	×	×	×
Rena	1989	1990		×		×			×	×	×		×				
Sarrió/Saffa	1984	1991		×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
SCA/Reedepack	1987	1990	×	×	×		×		×	×		×	×	×	×	×	×
Stora	1984	1991	×	×		×		×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Tampella Española	1989	1991	×	×		×		×	×	×	×	×	×	ocasional-mente	×	×	×
Weig	1989	1991	×	×	×		×	×	×	×			×	ocasional-mente	×		×
NPI	sin respuesta			×		×			×	×				×			

(1) Reed P&B/SCA asistía únicamente a las reuniones de las calidades GD.
(2) Tras su adquisición por parte de M-M el 1 de enero de 1990, M-M Eerbeek continuó asistiendo al JMC.

Cuadro 6

Asistencia al «Economic Committee»

	15. 10. 1986	4. 2. 1987	4. 11. 1987	27. 1. 1988	3. 5. 1988	20. 9. 1988	3. 2. 1989	8. 5. 1989	3. 10. 1989	20. 2. 1990	25. 10. 1990
Buchmann										×	
Badische (KNP)	×	×	×					×			
CBC (Stora)	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Cascades	×	×			×						
Deisswil (M-M)	×		×	×	×	×		×		×	
Duffel (Cascades)				×	×		×	×			
Feldmühle (Stora)	×			×	×						
Finnboard	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Fiskeby								×			
Kartonfabriek De Eendracht	×	×					×	×	×	×	×
Kopparfors (Stora)			×	×					×		
KNP (1)	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
Laakmann	×	×	×	×	×				×	×	×
M-M/FS	×		×	×	×	×	×	×	×		
MoDo (TBM/Iggesund)	×	×		×		×	×	×			
Papeteries de Lancey		×	×	×	×	×	×	×	×	×	
Prat Cartón (Sarrió)						×		×	×		
Reed P&B (SCA)	×	×	×	×	×	×	×	×		×	
Sarrió/Saffa		×			×	×	×	×	×	×	
Tampella Española		×	×	×	×			×			
NPI	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×

(1) Desde el 1 de enero de 1990, KNP Eerbeek.

Cuadro 7

Participación en grupos del PG Paperboard

Empresa	President Conference	PWG	JMC	Economic Committee
Buchmann			×	× (1)
Cascades	×	×	×	×
Enso-Gutzeit	×	(2)	(2)	(2)
Europa Carton	×		×	
Finnboard	×	×	×	×
Fiskeby	×		×	× (3)
Gruber & Weber			×	
Kartonfabriek De Eendracht	×		×	×
KNP	×	×	×	×
Laakmann	×		×	×
M-M	×	×	×	×
MoDo	×	×	×	×
Papeteries de Lancey	×		×	×
Rena	×		×	×
Sarrió	×	×	×	×
SCA Holding (formerly Reed P&B)	×		×	×
Stora	×	×	×	×
Tampella Española	×		×	×
Weig	×	×	×	

(1) Sólo una vez desde 1986.
(2) Enso-Gutzeit fue miembro del NPI que asistía en su propio nombre o representado por Finnboard.
(3) Sólo una vez.

Cuadro 8

Responsabilidad de las empresas sucesoras

Destinatario	Empresa adquirida	Fecha	Antes de la adquisición la empresa participaba en:	Desde-hasta	Continuidad económica y funcional tras la adquisición	Continuación de la conducta tras la adquisición	Observaciones
Cascades SA	1. Kartonfabriek van Duffel NV	1 de marzo de 1989	PC, JMC, EC	1986-1989	sí	sí	Como Cascades Duffel y Cascades Djupafors continuaron participando en el PG Paperboard junto con otras empresas del grupo Cascades hasta que todas las funciones comerciales del grupo fueron encomendadas a Cascades Comercialisation SA en enero de 1990
	2. Djuparfors AB	1 de abril de 1989	PC, JMC	1986-1989	sí	sí	
NV Koninklijke KNP BT	KNP	Comienzos de 1993 (KNP se fusionó con otros dos grupos papeleros)	PC, PWG, JMC, EC	1986-1991 [1]	sí	—	
Mayr-Melnhof [2] [3] [4] [5]	Deisswil	1 de enero de 1990 (control total)	PC, JMC, EC	1986-1989	sí	sí	Tras su adquisición por M-M, los representantes de Deisswil continuaron participando en algunos grupos del PG Paperboard
MoDo	1. Thames Board Ltd	1 de enero de 1988 [adquirida por AB Iggesunds Bruk y rebautizada Iggesund Paperboard (Workington) Ltd]	PC, PWG, JMC, EC	1986-1988	sí	sí	Tras su adquisición por AB Iggesunds Bruk, los representantes de TBM/IP(W) continuaron asistiendo al PC y PWG hasta mediados de 1989 y al JMC hasta 1991
	2. AB Iggesunds Bruk	1 de enero de 1989 (fusión de MoDo/Holmen/Iggesund)	PC	1986-1988	sí	sí	A raíz de la fusión el nuevo grupo MoDo estaba representado, desde mediados de 1989, en PC y PWG y JMC por Iggesund Paperboard AB (división de cartoncillo de MoDo). Los representantes de IP (W) así como la dirección continuaron asistiendo al JMC
Sarrió	1. Cartiere Saffa SpA	1989-1990 (fusión de Saffa con Sarrió)	PC, PWG, JMC, EC	1986-1990	sí	sí	Tras la fusión la participación en las reuniones de Saffa/Sarrió continuó como hasta entonces
	2. Prat Cartón	febrero de 1991	PC, JMC, EC	1986-	sí	—	Al haber continuado la actividad económica de Prat Cartón, Sarrió es responsable por su participación anterior

Destinatario	Empresa adquirida	Fecha	Antes de la adquisición la empresa participaba en:	Desde-hasta	Continuidad económica y funcional tras la adquisición	Continuación de la conducta tras la adquisición	Observaciones
Stora	1. Kopparfors AB	1 de enero de 1987	PC, EC	1986	sí	sí	Tras la adquisición por Stora, Kopparfors AB continuó siendo miembro del PC, JMC y EC
	2. Feldmühle AG	abril-diciembre de 1990 (fusión FM/ Stora)	PC, PWG, JMC, EC	1986-1990	sí	sí	1. Según la nueva estructura del grupo Stora, las actividades de cartoncillo de FM y Kopparfors. se combinaban en la división de cartoncillo de Billerud 2. Tras la fusión con Stora continuó participando en el cártel
	3. Papeterie Bég-hin-Corbehem	1989 (por FM)	PC, PWG, JMC, EC	1986-1989	sí	sí	FM adquirió el 50 % de BC en 1988 y el resto en 1989

(1) KNP vendió KNP Vouwkarton a M-M desde el 1de enero de 1990 pero conservó Badische Kartonfabrik.
(2) M-M y FS-Karton están integradas desde 1984.
(3) KNP continuó siendo responsable por su participación en el cártel anterior a la adquisición por parte de M-M de KNP Vouwkarton (actualmente M-M) el 1 de enero de 1990.
(4) Laakmann fue adquirida por M-M a finales de 1992, al mismo tiempo que se iniciaba el presente procedimiento y se considera como empresa separada.
(5) La adquisición por parte de M-M de la fábrica de Colthrop Board no afecta a la responsabilidad de SCA Holding Ltd [antes denominada Reed Paper & Board (UK) Ltd].

ANEXO

INICIATIVAS DE PRECIOS 1987-1991

A. INCREMENTO DE PRECIOS DE ENERO DE 1987 (únicamente Reino Unido)

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Cascades (Djupafors)			45 15. 12. (1) 31. 1. b				
Finnboard			GC 45 13. 11. a 26. 1. b Graphic 55 10. 11. a 15. 12. b				
Fiskeby			9 % — a 16. 2. b				
De Eendracht			8 % 14. 11. a 12. 1. b				
KNP/Eerbeek			9 % noviembre a 2. 2. b				
Laakmann			9 % noviembre a 1. 1. b				
M-M			9 % noviembre a 12. 1. b				
Iggesunds Bruk (MoDo)			Graphic 55 3. 11. a 1. 1. b				
Thames Board Mill (MoDo)			GC 45 5. 11. a 26. 1. b				
Sarrió Saffa			9 % — a enero b				
Reed P&B (SCA)			GD 1 30 GD 2 20 29. 1. a 30. 3. b				
Feldmühle (Stora)			9 % 1. 12. a febrero b				
Kopparfors (Stora)			50 2. 12. a 1. 2. b				

(1) a = fecha en que se comunica el incremento a los clientes.
b = fecha de entrada en vigor del incremento.

B. INCREMENTO DE PRECIOS DE MARZO/ABRIL 1988

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Buchmann	GC 15 GD 12 30. 12. a 15. 2. b						
Cascades-France	min. A, B, C B 2-15; B 2-16	GC 1 70 GC 2 50 GD 40 24. 12. a 1. 3. b		GC 3 GD 2,5 19. 2. a 19. 2. b			
Cascades (Djupafors)		GC 2 45-55 20. 1. a 1. 3. b	GC 6 % desqués 5 % 4. 1. a 1. 4. b				
Enso-Gutzeit			SBS 40 1. 3. a 18. 4. b				
Europa Carton	GD doc — a B 4-1 29. 2. b B 4-2				doc B 4-3		
Finnboard	GC 2 15 4. 1. a 10. 2. b	GC 2 50 4. 2. a 1. 3. b	GC 2 6 % 12. 2. a 11. 4. b				GC 2 ? 7. 3. a 12. 5. b Graphi 200 12. 5. a 15. 6. b
Fiskeby	min. A, B, C B 6-2		GD 5 % 20 23. 3. a 27. 4. b				
KNP/Eerbeek	GC 12 % GD 10 % 11. 1. a 1. 3. b		GC 28 GD 20 14. 3. a 1. 5. b	GC 3 GD 2 8. 2. a 1. 4. a			
Laakmann	GD 9,5 % (= 11-13 DM) enero a mediados de febrero b		GD 5 % — 11. 4. a b	GD 2 17. 2. a 1. 4. b	6-7 % 17. 6. a 1. 7. b		
FS/MM	GC 15 GD 12 18. 12. a 15. 2. b	GC 2 50 GD 40 18. 1. a 1. 3. b para GC 1. 4. b para GD	6 % 23. 2. a 14. 4. b		GC 15 GD 12 — a 1. 6. b	50 14. 12. a 25. 1. b	
Deisswil (MM)	GC 15 GD 12 13. 1. a 1. 3. b	GC 50 GD 40 20. 1. a 1. 4. b	20 antes 25 18. 3. a 22. 4. b				GC 250 GD 200 — a 15. 3. b

(1) a = fecha en que se comunica el incremento a los clientes.
b = fecha de entrada en vigor del incremento.

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
TBM (MoDo)			6 % 8. 2. a 8. 4. b				
Iggesunds Bruk (MoDo)			SBS 40 24. 3. a 6. 6. b		SBS 2-5 % (12) 11. 4. a 1. 7. b		
De Lancey		50 — a 1. 3. b					
Rena			6 % 11. 3. a 25. 4. b				
Sarrió Saffa	GC 15 GD 12	GC 50 GD 40 3. 2. a 1. 3. b para GC 1. 4. b para GD	6 % 8. 3. a 1. 5. b	GC 3 GD 2,5	GC 15 GD 12 — a 1. 4. b	50 — a 15. 1. b	
Reed P&B (SCA)	GD 12 — a 1. 3. b	GD 40 — a 1. 4. b	GD 20 26. 2. a 25. 4. b				
Feldmühle (Stora)	GC 15 GD 12 13. 1. a 15. 2. b	GC 1 70 GC 2 50 GD 40 21. 1. a 1. 3. b	6 % 23. 2. a 5. 4. b	GC 3 GD 2,5 12. 2. a 1. 4. b	GC 15 GD 12 10. 3. a 1. 5. b	doc B 17-2 B 17-18	GC 250 GD 200 — a 15. 3. b
Kopparfors (Stora)	GC 15 29. 12. a 8. 2. b		GC 6 % 17. 2. a 15. 4. b		GC 15 11. 3. a 1. 5. b		GC 250 29. 1. a 1. 3. b
CBC (Stora)		GC 2 50 21. 1. a 1. 3. b					
Tampella Española		GC 2 50 GD 40 — a 1. 3. b	GC 35 GD 20 — a 1. 4. b				
Weig	GD 12 6. 1. a 22. 2. b	GD 40 4. 2. a 11. 4. b	GD 5-6 % 25. 2. a 1. 4. b	GD 2,5 11. 2. a 1. 4. b	GD 10 DM 28. 3. a 2. 5. b		

C. INCREMENTO DE PRECIOS DE OCTUBRE 1988

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Buchmann	individ. increm. según clientes — a 17. 10. b						

(1) a = fecha en que se comunica el incremento a los incremento.
b = fecha de entrada en vigor del incremento.

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Cascades	GC 15 GD 9 25. 7. a 1. 10. b			GC 3 GD 2 — a 1. 10. b 1. 11. b		70 30. 6. a 15. 7. b	
Enso-Gutzeit	SBS 10-13 30. 8. a 15. 10. b	SBS 50 29. 8. a 1. 10. b	SBS 50 21. 11. a 23. 1. b	SBS 2 29. 9. a 1. 10. b	SBS 6 % 19. 10. a 1. 1. b		SBS 350-500 — a 1. 10. b 1. 1. b
Europa Carton	GD 9 — a 31. 10. b				GD 10 — a 15. 11. b		GD 350 14. 9. a 1. 11. b
Finnboard	GC 15 11. 7. a 1. 10. b	GC 50 26. 8. a 1. 10. b		GC 3 11. 7. a 10. 10. b	GC 15 11. 7. a 1. 10. b	GC 100 después 70 11. 7. a 1. 10. b	385 1. 8. a 1. 10. b
Fiskeby	GD 9 julio a 1. 11. b	GD 30 11. 7. a 1. 10. b					GD 350 — a 1. 11. b
Gruber & Weber	GD 9 2. 8. a 15. 10. b						
KNP/Eerbeek	GC 10 % GD 7 % 29. 8. a 20. 10. b	GC 50 GD 30 15. 7. a 1. 10. b					
KNP/Badische	GD 9 agosto a 1. 9. b						
Laakmann	GD 9 28. 7. a 1. 10. b			GD 2 19. 9. a 1. 11. b			
FS/MM	GC 15 GD 9 25. 7. a 15. 10. b						
Deisswil (MM)	GD 9 26. 9. a 2. 11. b	GC 50 GD 30 7. 7. a 1. 11. b			GC 15 GD 10 13. 10. a 1. 12. b		
TBM (MoDo)		GC 45-55 15. 7. a 1. 10. b					
Iggesunds Bruk (MoDo)	SBS 10-15 19. 7. a 1. 10. b		SBS 50 9. 11. a 9. 1. b (Graphic)		SBS 5 % (12) 2. 9. a 1. 1. b		
De Lancey		GC 50 22. 7. a 1. 10. b					

(1) a = fecha en que se comunica el incremento a los clientes.
b = fecha de entrada en vigor del incremento.

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Sarrió Saffa	GC 15 GD 9 27. 7. a 1. 11. b	GC 50 GD 30 26. 7. a 1. 11. b		GC 3 GD 2 25. 7. a 1. 11. b	GC 15 GD 10 25. 7. a 1. 11. b		
Feldmühle (Stora)	GC 15 GD 9 19. 7. a 1. 10. b	GC 50-60 GD 30 25. 7. a 1. 10. b		GC 3 GD 2 — a 1. 10. b	GC 15 GD 10 20. 7. a 1. 10. b	GC 100 GD 70 11. 10. a — b	GC 385 GD 185 15. 9. a 1. 10. b
Kopparfors (Stora)	GC 15 13. 7. a 1. 10. b	GC 50 18. 8. a 1. 10. b		GC 3 15. 7. a 1. 10. b	GC 15 julio a 1. 10. b	GC 70 14. 7. a 15. 9. b	GC 385 15. 7. a 1. 9. b
CBC (Stora)		GC 50 21. 7. a 3. 9. b					
Weig	GD 9 12. 8. a 17. 10. b	GC 30 5. 9. a 24. 10. b		GD 2 14. 9. a 1. 11. b	GD 10 — a 1. 11. b		

D. INCREMENTO DE PRECIOS DE ABRIL 1989

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Buchmann	GC 17 GD 9 — a 17. 4. b						
Cascades France	GC 17 GD 9 16. 1. a 1. 4. b para GC 1. 5. b para GD	GC 60 GD 30 10. 1. a 1. 4. b para GC 1. 5. b para GD	GC — GD 25 17. 2. a 10. 4. b	GC 3,5 GD 2,5 9. 1. a 1. 4. b para GC 1. 5. b para GD	GC 19 GD 10 16. 1. a 1. 4. b para GC 1. 6. b para GD	GC 120 GD 80 23. 11. a 16. 2. b para GC 2. 1. b para GD	
Cascades (Djupafors)			GC 55 10. 2. a 31. 3. b				
Cascades Duffel				GC 3,5 GD 2,5 5. 1. a 3. 4. b			
Enso-Gutzeit	SBS 9 10. 3. a 10. 4. b	SBS 60 13. 2. a 1. 4. b					SBS 350-550 — a 1. 3. b 1. 4. b
Europa Carton	GD 9 — a 1. 5. b				GD 10 13. 4. a 29. 5. b		
Finnboard	GC 17 20. 1. a 1. 4. b	GC 60 — a 1. 4. b	GC 55 2. 2. a 3. 4. b	GC 3,5 16. 1. a 28. 3. b			GC 550 25. 1. a 1. 3. b
Fiskeby	GD 9 28. 4. a 2. 5. b	GD 30 6. 3. a 2. 5. b	GD 25 24. 2. a 10. 4. b	GD 2,5 — a 1. 5. b	GD 10 — a 1. 6. b	GD 30 — a 1. 4. b	GD 375 23. 2. a 1. 5. b

(1) a = fecha en que se comunica el incremento a los clientes.
b = fecha de entrada en vigor del incremento.

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Gruber & Weber	GD 9 17. 1. a 1. 5. b						
De Eendracht			GD 25 16. 2. a 10. 5. b				
KNP/Eerbeek			GC 60 GD 25 — a mayo b				
KNP/Badische	7-8 %						
Laakmann	GD 6,9 % enero a 1. 4. b	GD 30 — a 1. 5. b	GD 25 — a 10. 4. b	GD 2 20. 2. a 1. 4. b			
FS/MM	GC 17 GD 9 12. 1. a 1. 4. b para GC 1. 5. b para GD	GC 60 GD 30 26. 1. a 4. 4. b para GC 8. 5. b para GD	GC 60 GD 25 6. 2. a 3. 4. b		GC — GD 10 17. 4. a 1. 6. b		
Deisswil (MM)	GC 17 GD 9 30. 1. a 1. 4. b para GC 1. 5. b para GD	GC 60 GD 30 20. 1. a 1. 4. b para GC 1. 5. b para GD	GC 55 GD 25 20. 2. a 17. 4. b		GC 19 GD 10 — a 7. 4. b para GC 1. 6. b para GD		
TBM (MoDo)		GC 60 20. 1. a 1. 4. b	GC 11 % 26. 1. a 3. 4. b		GC 10 % (19) 20. 1. a 1. 4. b		
Iggesund-Bruks (MoDo)	SBS 9 febrero a 1. 4. b	SBS 70 20. 1. a 1. 4. b	SBS 60 (2) 26. 1. a 3. 4. b	SBS 3,5 — a 31. 3. b			
De Lancey		GC 12 % 9. 1. a 1. 4. b					
Rena			GC 55 — a 17. 4. b				
Sarrió Saffa	GC 17 GD 9 — a 1. 4. b para GC 1. 5. b para GD	GC 60 GD 30 13. 1. a 1. 4. b para GC 1. 5. b para GD	GC 60 GD 25 17. 2. a 17. 4. b	GC 3,5 GD 2,5 13. 1. a 1. 4. b para GC 1. 5. b para GD	GC 19 GD 10 — a 1. 4. b para GC 1. 6. b para GD	GC 120 GD 80 — a febrero b para GC enero b para GD	
Reed P&B (SCA)		GD 30 — a 1. 5. b	GD 25 8. 2. a 10. 4. b				

(1) a = fecha en que se comunica el incremento a los clientes.
b = fecha de entrada en vigor del incremento.
(2) Embalaje.

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Feldmühle (Stora)	GC 17 5. 1. a 1. 4. b GD 9 5. 1. a 1. 5. b	GC 60 5. 1. a 3. 4. b GD 30 5. 1. a 2. 5. b	GC 10 % (55) 8. 2. a 4. 3. b GD 6 % (25) 8. 2. a 1. 4. b	GC 3,5 5. 1. a 1. 4. b GD 2,5 5. 1. a 1. 5. b	GC 19 23. 1. a 1. 4. b GD 10 17. 4. a 1. 6. b	GC 120 — a 15. 2. b GD 80 (50 30) — a 1. 1. b 1. 4. b	
Kopparfors (Stora)	GC 17 18. 1. a 1. 4. b		GC 60 6. 2. a 1. 4. b	GC 3,5 — a 1. 4. b	GC 19 9. 1. a 1. 4. b	GC 120 6. 12. a 15. 2. b	GC 550 20. 1. a 1. 4. b
CBC (Stora)		GC 60 3. 1. a 1. 4. b GD 30 5. 1. a 2. 5. b					
Weig	GD 9 20. 1. a 2. 5. b	GD 7 % (30) 30. 1. a 1. 5. b	GD 25 20. 1. a 1. 4. b	GD 2 6. 3. a 1. 5. b	GD DM 6. 3. a 1. 5. b		GD 375 13. 3. a 1. 5. b

E. INCREMENTO DE PRECIOS DE OCTUBRE 1988 (SÓLO GC y SBS)

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Buchmann	GC 1 15 GC 2 11 19. 7. a 1. 10. b						
Cascades	GC 1 15 GC 2 11 1. 8. a 1. 10. b	GC 1 60 GC 2 50 25. 7. a 1. 10. b	GC 1 62 GC 2 52 31. 7. a 2. 10. b	GC 1 3,3 GC 2 2,5 — a 1. 10. b	GC 1 17 GC 2 13 — a 1. 10. b	GC 1 120 GC 2 90 — a 1. 10. b	
Enso-Gutzeit	SBS 11 31. 7. a 1. 10. b	SBS 40 20. 7. a 1. 10. b	SBS 60 2. 8. a 1. 10. b			SBS 13 (2) 8. 8. a 1. 10. b	SBS 580 25. 5. a 1. 10. b
Finnboard	GC 1 15 GC 2 11 7. 7. a 1. 10. b	GC 1 50 GC 2 40 7. 7. a 1. 10. b	GC 1 62 GC 2 52 7. 7. a 2. 10. b	GC 1 3,3 GC 2 2,5 7. 7. a 2. 10. b	GC 1 17 GC 2 13 7. 7. a 2. 10. b	GC 1 120 GC 2 90 11. 7. a 4. 9. b	GC 1 580 GC 2 580 7. 7. a 2. 10. b
KNP/Eerbeek	GC 1 15 GC 2 11 7. 8. a 2. 10. b		GC 1 8 % (60) GC 2 7 % (50) 7. 8. a 2. 10. b	GC 1 3 2 — a 1. 10. b			
FS/MM	GC 1 8 % GC 2 8 % 28. 7. a 2. 10. b	GC 1 50 GC 2 40 20. 7. a 1. 10. b					
Deisswil (MM)	GC 1 15 GC 2 11 4. 9. a 2. 10. b	GC 1 50 GC 2 40 agosto a 1. 10. b				GC 1 120 GC 2 90 20. 7. a 1. 9. b	

(1) a = fecha en que se comunica el incremento a los clientes.
b = fecha de entrada en vigor del incremento.
(2) Pospuesto al 1 de enero de 1990.

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
TBM (MoDo)	GC 2 15 (11) 10. 7. a 1. 10. b	GC 2 40 finales de julio a 1. 10. b	GC 2 9,5 % 27. 7. a 2. 10. b		GC 2 13 17. 8. a 1. 10. b		
Iggesunds Bruk (MoDo)	SBS 6 % 10. 7. a 1. 10. b	SBS (6-8 %) (40) — a octubre b	SBS 60 27. 7. a 2. 10. b				
De Lancey		65 50 27. 7. a 1. 10. b					
Rena			GC 1 62 GC 2 52 17. 8. a 9. 10. b				
Sarrió Saffa	GC 11 — a octubre b	GC 1 50 GC 2 40 — a octubre b				GC 1 120 GC 2 90 3. 7. a 1. 9. b	
Feldmühle (Stora)	GC 1 15 GC 2 11 24. 7. a 2. 10. b	GC 1 50 GC 2 40 7. 8. a 30. 9. b	GC 1 62 GC 2 52 4. 8. a 2. 10. b	GC 1 3,3 GC 2 2,5 1. 8. a 1. 10. b	GC 1 17 GC 2 13 15. 8. a 2. 10. b	GC 1 120 GC 2 90 11. 7. a 1. 9. b	GC 1 610 (580) GC 2 580 — a 1. 10. b
Kopparfors (Stora)	GC 1 15 GC 2 11 13. 7. a 2. 10. b	GC 1 50 GC 2 40 13. 7. a 2. 10. b	GC 1 65 GC 2 55 13. 7. a 2. 10. b	GC 1 3,3 GC 2 2,5 13. 7. a 2. 10. b	GC 1 17 GC 2 13 13. 7. a 2. 10. b	GC 1 120 GC 2 90 13. 7. a 1. 9. b	GC 1 580 GC 2 580 13. 7. a 2. 10. b
Tampella Española	GC 2 —	GC 2 40	GC 2 59				

F. INCREMENTO DE PRECIOS DE ABRIL 1990

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Buchmann	8 % — a 1. 4. b						
Cascades	GC 1 15 GC 2 13 GT 11 GD 10 29. 1. a 1. 4. b	GC 1 50 GC 2 40 GT GD 40 5. 1. a 1. 4. b	GC 1 58 GC 2 54 GT GD 45 1. 2. a 2. 4. b	GC 1 2,5 GC 2 2,5 GT 3 GD 2,5 29. 1. a 1. 4. b	GC 1 13 GC 2 13 GT 11 GD 10 enero a 1. 4. b	GC 1 90 GC 2 90 GT 70 GD 70 1. 2. a 1. 4. b	
Enso-Gutzeit	SBS 13 30. 5. a 1. 6. b	SBS 40 20. 2. a 1. 4. b	SBS 8,5 % 9. 2. a 9. 4. b				
Europa Carton	GC 13 GT 11 GD 10 — a 1. 4. b						

Nota: Finnboard, Feldmühle y Kopparfors subieron sus precios en España a razón de 9 PTA/kg para las calidades GC 1 y 8 PTA/kg para las GC 2.

(1) a = fecha en que se comunica el incremento a los clientes.
b = fecha de entrada en vigor del incremento.

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Finnboard	GC 1 13 GC 2 13 31. 1. a 1. 4. b	GC 1 40 GC 2 40 31. 1. a 2. 4. b	GC 1 58 GC 2 54 30. 1. a 2. 4. b	GC 1 2,5 GC 2 2,5 29. 1. a 2. 4. b	GC 1 13 GC 2 13 — a 2. 4. b	GC 1 90 GC 2 90 — a 2. 4. b	GC 1 535 GC 2 425 5. 2. a 1. 4. b
Fiskeby	GD 10 GT 11 enero a 2. 4. b	GD 40 GT 50 30. 1. a 2. 4. b	GD 45 GT 30. 1. a 2. 4. b	GD 2,5 GT 2,8 31. 1. a 2. 4. b	GD 10 GT 11 31. 1. a 2. 4. b		GD 300
Gruber & Weber	doc. F 7-1						
De Eendracht			GD 45 — a — b				
KNP/Badische	GD 10 — a 1. 4. b		GD 45 1. 2. a 19. 3. b				
Laakmann	GD 11 GT 11 febrero a abril b		GD 40 GT 40 26. 2. a 2. 4. b	GD 2,5 GT 2,8 4. 4. a 1. 5. b	GD 10 GT 10 7. 3. a 1. 4. b		
FS/MM	GC 1 13 GC 2 13 GT 11 GD 10 18. 1. a 1. 3. b	GC 1 50 GC 2 40 GT 50 GD 40 19. 1. a 1. 3. b	GD 45 22. 12. a 1. 3. b	GC 1 2,5 GC 2 2,5 GT 2,8 GD 2,5 23. 1. a 1. 3. b	GC 1 13 GC 2 13 GT 11 GD 10 19. 1. a 1. 3. b		
MM Eerbeek			GC 1 58 GC 2 54 GT, GD 45 30. 1. a 1. 3. b				
Deisswil (MM)	GC 1 & 2 13 GT 11 GD 10 21. 2. a 2. 4. b	GC 1 & 2 40 GT 40 GD 40 febrero a 2. 4. b para GC 1. 5. b para GD		GC 1 & 2 2,5 GT 2,5 GD 2,5 febrero a 2. 4. b	GC 1 & 2 13 GT 11 GD 10 15. 2. a 2. 4. b	GC 1 & 2 90 GT 70 GD 70 12. 3. a 1. 4. b	
TBM (MoDo)	GC 13 6. 2. a 2. 4. b	GC 40 22. 1. a 2. 4. b	GC 54 11. 1. a 2. 4. b	GC 2,5 — a 2. 4. b	GC 13 — 2. 4.	GC 90 — a 2. 4. b	GC 425 — a 2. 4. b
Iggesunds Bruk (MoDo)	SBS 13 — a 1. 4. b	SBS 40 — a 1. 4. b	SBS 50 24. 1. a 2. 4. b	SBS 3 — a 1. 4. b	SBS 13 — 1. 4. b	SBS 90 — a 1. 4. b	SBS 480 — a 1. 4. b
De Lancey		GC 6,5 % 29. 1. a 1. 4. b					
Rena			GC 9,5 % — a 2. 4. b				

(1) a = fecha en que se comunica el incremento a los clientes.
b = fecha de entrada en vigor del incremento.

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Sarrió Saffa	GC 1 13 GC 2 13 GT 11 GD 10 enero a 1. 4. b	GC 1 50 GC 2 40 GT 50 GD 40 22. 1. a 1. 4. b	GC 1 58 GC 2 54 GT 45 GD 45 22. 1. a 1. 4. b	GC 1 2,5 GC 2 2,5 GT 2,5 GD 2,5 22. 1. a 1. 4. b	GC 1 13 GC 2 13 GT 11 GD 10 22. 1. a 1. 4. b	GC 1 90 GC 2 90 GT 70 GD 70 19. 1. a 1. 4. b	
Reed P&B (SCA)			GD 28 1. 2. a 2. 4. b				
Feldmühle (Stora)	GC 13 GD 10 1. 2. a 2. 4. b	GC 1 50 GC 2 40 19. 1. a 1. 4. b	GC 1 58 GC 2 54 GD 45 (9,5 %) 2. 2. a 2. 4. b	GC 2,5 GD 2,5 28. 2. a 1. 4. b	GC 13 GD 10 31. 1. a 1. 4. b	GC 90 30. 1. a 2. 4. b	
Kopparfors (Stora)	GC 13 12. 1. a 1. 4. b		GC 1 58 GC 2 54 30. 1. a 1. 4. b	GC 2,5 — a 1. 4. b	GC 13 — a 1. 4. b	GC 90 8. 3. a 4. 4. b	GC 1 535 GC 2 425 30. 1. a 1. 4. b
CBC (Stora)		6-7 % — a 1. 4. b	GC 9,5 % — a 2. 4. b		GC 2 13 GD 2 10		
Tampella Española		GC 2 40 GD 2 40 — a 1. 4. b	GC 2 50 GD 2 50 — a 2. 4. b		GC 2 13 GD 2 10 — a 1. 4. b		
Weig	GD 9 28. 2. a 15. 4. b	GD 40 8. 3. a 15. 4. b	GD 45 — a 2. 4. b	GD 2,5 5. 3. a 15. 4. b	GD 9 DM 8. 3. a 15. 4. b	GD 70 22. 1. a — b	GD 350 8. 3. 15. 4.

G. INCREMENTO DE PRECIOS DE ENERO 1991

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Buchmann	GC 12 GD 12 24. 9. a 14. 1. b						
Cascades	GC 12 GT 15 GD 12 5. 10. a 7. 1. b	GC 40 GT 50 GD 40 3. 10. a 7. 1. b	GC 40 GT 50 GD 40 5. 10. a 7. 1. b	GC 2,5 GT 3 GD 2,5 — a 7. 1. b	GC 14 GT 17 GD 14 25. 10. a 1. 7. b	GC 80 GT 100 GD 80 17. 10. a 7. 1. b	GC 425 GT 425 GD 425 — a 7. 1. b
Enso-Gutzeit							SBS 425 17. 12. a 1. 1. b
Europa Carton	GD 12 — a 7. 1. b						
Finnboard	GC 6-7 % 12-14 5. 10. a 28. 1. b	GC 6-7 % 5. 10. a 27. 1. b	GC 6-7 % 40 5. 10. a 27. 1. b			GC 6 % 5. 10. a 1. 2. b	

(1) a = fecha en que se comunica el incremento a los clientes.
b = fecha de entrada en vigor del incremento.

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Fiskeby	GD 12 1. 10. a 1. 1. b	GD 40 12. 10. a 1. 1. b	GD 40 15. 10. a 1. 1. b	GD 2,5 10. 8. a 1. 1. b	GD 14 8. 10. a 1. 1. b	GD 80 8. 10. a 1. 1. b	GD 425 17. 10. a 1. 1. b
Gruber & Weber	doc. G 7-1						
De Eendracht			40 31. 10. a 28. 1. b				
KNP/Badische	GD 12 6. 12. a 14. 1. b		GD 40 21. 11. a 28. 1. b				
Laakmann	GD 14 noviembre a 14. 1. b		GD 40 2. 11. a 14. 1.	GD 2,5 15. 11. a 14. 1.	GD 14 15. 11. a 14. 1. b		
FS/MM	todas 14 septiembre a 7. 1. b	GC, GD 40 GT 45 13. 9. a 7. 1. b	todas 40 17. 9. a 7. 1. b		todas 14 17. 9. a 7. 1. b		
MM/Eerbeek	todas 14 septiembre a 7. 1. b						
Deisswil (MM)	todas 12 17. 9. a 7. 1. b		GC 40 GT 50 GD 40 19. 9. a 7. 1. b	todas 2,5 17. 9. a 7. 1. b		todas 80 17. 9. a 7. 1. b	
Iggesund Workington (MoDo)	GC 12 6. 11. a 14. 1. b	GC 40 19. 10. a 2. 1. b	GC 40 (6 %) 19. 10. a 28. 1. b	GC 2,5 — a 2. 1. b	GC 14 30. 10. a 1. 1. b	GC 90	
Iggesunds Bruk (MoDo)	SBS 12 6. 11. a 14. 1. b	SBS 40 19. 10. a 2. 1. b	SBS 40 19. 10. a 28. 1. b		SBS 12 11. 2. a 1. 4. b		
De Lancey		GC 6 % 8. 10. a 2. 1. b					
Rena			GC 40 — a 28. 1. b				
Sarrió Saffa	todas 12	GC 40 GT 45 GD 40 5. 10. a 2. 1. b	todas 40 5. 10. a 31. 1. b	todas 2,5 11. 10. a 2. 1. b	todas 14 — a 2. 1. b	todas 90	
Reed P&B (SCA)	GD 12 después 7 — a 1. 1. b		GD 40 29. 10. a 28. 1. b				

(1) a = fecha en que se comunica el incremento a los clientes.
b = fecha de entrada en vigor del incremento.

	Alemania (DM/100 kg)	Francia (FF/100 kg)	Reino Unido (UKL/t)	Bélgica (BFR/kg)	Países Bajos (HFL/100 kg)	Italia (LIT/kg)	Dinamarca (DKR/t)
Feldmühle (Stora)	todas 12 19. 9. a 2. 1. b	GC 40 GT 50 GD 40 20. 9. a 2. 1. b	todas 40 24. 9.. a 2. 1. b	todas 2,5 26. 9. a 2. 1. b	todas 14 20. 9. a 2. 1. b	todas 90 — a 1. 1. b	todas 425 — a 2. 1. b
Kopparfors (Stora)	GC 12 19. 9. a 7. 1. b	GC 40 19. 9. a 7. 1. b	GC 40 19. 9. a 7. 1. b	GC 2,5 19. 9. a 7. 1. b	GC 14 19. 9. a 7. 1. b	GC 80 19. 9. a 7. 1. b	GC 425 8. 10. a 7. 1. b
Tampella Española					todas 14 10. 12. a 1. 2. b		
Weig	GD 12 9. 11. a 15. 1. b	GD 40 7. 11. a 15. 1. b	GD 40 — a 15. 1. b	GD 2,5 20. 11. a 15. 1. b	GD 12 DM 13. 11. a 15. 1. b		GD 460 12. 11. a 15. 1. b

Nota: Todos los principales fabricantes abastecedores del mercado español (Cascades, Finnboard, MoDo, Feldmühle y Tampella Española) subieron sus precios en 5 PTA/kg.

(1) a = fecha en que se comunica el incremento a los clientes.
b = fecha de entrada en vigor del incremento.