KOMISJONI OTSUS,

5. oktoober 2005,

EÜ asutamislepingu artikli 81 kohase menetluse kohta, mis on seotud ettevõtjatega Automobiles Peugeot SA ja Peugeot Nederland NV

(Juhtumid COMP/E2/36623, 36820 ja 37275 – SEP ja teised/Automobiles Peugeot SA)

(teatavaks tehtud numbri K(2005) 3683 all)

(Ainult prantsuskeelne tekst on autentne)

(EMPs kohaldatav tekst)

(2006/431/EÜ)

5. oktoobril 2005 võttis komisjon vastu otsuse EÜ asutamislepingu artikli 81 kohase menetluse kohta. Vastavalt nõukogu määruse (EÜ) nr 1/2003 ([1]) artiklile 30 avaldab komisjon alljärgnevalt otsuse põhipunktid ning poolte nimed ja neile määratud karistused, võttes arvesse ettevõtjate õigustatud huvi kaitsta oma ärisaladusi. Otsuse täieliku teksti mittekonfidentsiaalne versioon on kohtuasja autentsetes keeltes ning komisjoni töökeeltes kättesaadav konkurentsi peadirektoraadi veebilehel http://ec.europa.eu/comm/competition/index_it.html

1. RIKKUMISE KOKKUVÕTLIK KIRJELDUS

1.1. Sissejuhatus

(1) Vastuseks Prantsuse vahendajatelt laekunud kaebustele võttis komisjon 5. oktoobril 2005 vastu määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 7 kohase otsuse (edaspidi "otsus") asutamislepingu artikli 81 rikkumise kohta ning see adresseeriti autotootjale Automobiles Peugeot SA ja selle 100 % osalusega tütarettevõtjale Peugeot Nederland NV, kes impordib Peugeot' sõidukeid Madalmaadesse. Artikli 81 rikkumine seisnes selles, et nimetatud ettevõtjad viisid kokkuleppel Madalmaade Peugeot' edasimüüjatega ellu kahemeetmelise strateegia, mille eesmärk oli takistada sõidukite eksportmüüki muude liikmesriikide, eelkõige Prantsusmaa lõpptarbijatele. Esimene meede, mis viidi ellu aastatel 1997–2003, seisnes edasimüüjatele pakutud boonussüsteemis, millega takistati eksportmüüki ja millega mindi objektiivse tegutsemise seisukohast kaugemale, kui oli vaja selleks, et innustada Madalmaade edasimüüjaid müüma sõidukeid kõige aktiivsemalt lepingujärgsesse müügipiirkonda. Aastatel 1997–2001 ellu viidud teine meede seisnes Automobiles Peugeot SA surves aktiivse eksportmüügiga tegelevatele edasimüüjatele. See kujutas endast otsest meedet, mis võimendas diskrimineeriva boonussüsteemi mõju.

1.2. Faktid

1.2.1. *Ettevõtjad ja vaadeldav toode*

1.2.1.1. Ettevõtjad

(2) Peugeot SA on suuruselt teine autotootja Euroopas. Automarkide Peugeot ja Citroën turuosa 2002. aastal oli 15,5 % (sõiduautod ja väikesed tarbeautod). Automobiles Peugeot SA on Peugeot SA 100 % osalusega tütarettevõtja, mis töötab välja, toodab ja turustab sõidukeid Peugeot' kaubamärgi all. Kõigis 25 liikmesriigis turustatakse Peugeot' tooteid ja teenuseid kohaliku jaemüügivõrgu kaudu. Madalmaades korraldab ja juhib võrgu tegevust maaletooja Peugeot Nederland NV, mis kuulub täielikult ettevõtjale Automobiles Peugeot SA ja mille peakontor asub Ultrechtis.

(3) Madalmaades koosneb Peugeot' müügivõrk edasimüüjatest ja nendega lepinguliselt seotud vahendajatest. Aastatel 1995–2003 vähenes Peugeot' Madalmaade müügivõrku kuuluvate edasimüüjate ja vahendajate arv märkimisväärselt.

1.2.1.2. Asjaomane turg

(4) Sõiduautode turgu võib vaadelda teatud segmentidena. Otsuses käsitletava tegevuse eesmärk on konkurentsi piiramine, mis on selle juhtumi puhul märkimisväärne olenemata sellest, kas turgu vaadeldakse asjaomaste

([1]) EÜT L 1, 4.1.2003, lk 1. Määrust on muudetud määrusega (EÜ) nr 411/2004 (ELT L 68, 6.3.2004, lk 1).

segmentide kaupa eraldi või juhtumi seisukohast asjaomase segmendi ja kahe naabersegmendi kattumisel tekkinud ühise turuna või sellest, kas asjaomaseks turuks peetakse kõiki nimetatud segmente kokku. Käesolevaga ei ole seega vaja rangelt piiritleda ühte või teist segmenti kui asjaomast turgu ega ka määrata kindlaks, kas sõiduautode turu all tuleks mõista kogu ühendust tervikuna või iga liikmesriiki eraldi geograafilise turuna.

(5) Aastatel 1995–2002 kasvas Euroopa Liidu ja Euroopa Majandusühenduse territooriumil registreeritud uute sõiduautode arv 12 034 316-lt 14 398 718-le. Kui 1995. aastal registreeriti kokku 861 696 Peugeot' marki sõiduautot, siis 2002. aastal oli see näitaja 1 277 738. Sellega tõusis Peugeot Euroopa Liidu automüügi edetabelis kuuendalt kohalt kolmandaks. Tema turuosa kasvas ajavahemikus 1995–2002 7,2 %-lt 8,9 %-le. [1] Peugeot' automargi turuosa kasvas Madalmaades oluliselt ja kindlalt: kui 1997. aastal oli sõiduautode turuosa 6,5 %, siis 2003. aastal oli see 10,7 %.

1.2.2. *Vaadeldav kokkulepe*

(6) Otsuses käsitletakse rikkumist, mis on toime pandud Peugeot' ja tema Madalmaade edasimüüjate suhteid reguleerivate valikuliste ja ainuõiguslike turustuskokkulepete raames. Rikkumine koosnes kahest meetmest, millega piirati paralleelkaubandust: edasimüüjate tasustamise süsteem, mis seoti sõidukite sihtkohaga, ja surve avaldamine aktiivse eksportmüügiga tegelevatele edasimüüjatele.

1.2.2.1. Diskrimineerivad boonused

(7) Madalmaades koosnes edasimüüjate tasustamise süsteem püsisummast (konkreetse tehingu müügikate [2]) ja müügitulemusega seotud summast (või boonusest [3]). Viimast oli edasimüüjal vaja kasumi teenimiseks oma tegevuse pealt. Madalmaade edasimüüjad said boonust aga vaid nende sõidukite eest, mis registreeriti Madalmaades. Peugeot' sisseviidud boonussüsteem koosnes kahest järgust: kõigepealt sõltus edasimüüja boonuse saamise õigus aasta alguses kokku lepitud astmelise müügieesmärgi täitmisest tema müügipiirkonnas. Kui müügieesmärk oli täidetud, sõltus boonuse väljamaksmine ka sellest, kui palju sõidukeid oli müüdud müügipiirkonda. Automobiles Peugeot SA nõudis registreerimist Madalmaades üheaegselt selleks, et 1. saavutada täielikult müügieesmärk, mis andis õiguse boonusele ja võimaldas kindlaks määrata iga auto allahindluse suuruse ning selleks, et 2. määrata kindlaks kõik Automobiles Peugeot SA poolt müüdud sõidukid, mille eest oli edasimüüjal õigus saada tasu (boonuse väljamaksmine).

(8) Ajavahemikus 1. jaanuarist 1997 kuni 31. detsembrini 1999 kohaldas Automobiles Peugeot SA edasimüüjate suhtes tasustamissüsteemi, mis seisnes kindlasummalise lisatasu ("boonus" ja "superboonus") maksmises kõikide sõiduautomudelite müügi pealt, mis olid Madalmaades registreeritud alates 1997. aastast. Seejärel, ajavahemikus 1. jaanuarist 2000 kuni 1. oktoobrini 2003, muutis Automobiles Peugeot SA tasustamissüsteemi, tuues sellesse muutuva suurusega müügikatte komponendi. Samal ajal jätkati kogusel põhinevate boonuste maksmist nendele edasimüüjatele, kes saavutasid oodatud müügitulemuse seoses Madalmaades registreeritud Peugeot' marki sõidukitega. Vaadeldud ajavahemikes ei toimunud kogusel põhinevas boonussüsteemis olulisi muutusi. Boonussüsteemis jaotusid edasimüüjad vastavalt automüügieesmärkidele kategooriatesse. Boonuse kindlaksmääramisel võeti arvesse mudelit, edasimüüja kategooriat ja saavutatud müügiprotsenti.

(9) Alates jaanuarist 1997 seoses uue boonussüsteemi kehtestamisega edasimüüjatele saadetud iga-aastastes ringkirjades nähti ette, et boonuse väljamaksmisel võetakse reeglina arvesse üksnes Madalmaades registreeritud sõiduautosid. Seda asjaolu on kinnitanud ka muud tõendid.

1.2.2.2. Surve avaldamine edasimüüjatele

(10) Teine kahest eespool nimetatud meetmest seisnes Automobiles Peugeot SA surves edasimüüjatele, mis võimendas diskrimineeriva boonussüsteemi mõju. Tegemist oli otsemeetmete võtmisega või katsetega piirata edasimüüjatel juba välja kujunenud eksporti tarnete vähendamise kaudu.

[1] Peugeot SA toodetava Peugeot' ja Citroëni automargi turuosa kasvas uute sõidukite registreerimise arvestuses 12 %-lt 1995. aastal 15,3 %-le 2003. aasta kolmel esimesel kuul. 1999. aastal tõusis ettevõtja Volkswageni kontserni järel suuruselt teiseks sõiduautode tarnijaks Euroopas.

[2] Edasimüüja müügikate on summa, mis saadakse vastava mudeli ostuhinna (tarnijalt) lahutamisel sõiduki soovituslikust kataloogihinnast. Selle summaga katab edasimüüja oma müügi- ja üldised kulud ning allahindlused, mida lõpptarbijale tuleb tihtipeale teha.

[3] Boonus on kindlasummaline hüvitis, mida tarnija maksab edasimüüjale regulaarselt iga nõuetekohaselt müüdud sõiduki eest. Boonust makstakse teatavate kvalitatiivsete ja kvantitatiivsete eesmärkide täitmise eest.

(11) Siinkohal tuleb rõhutada, et Automobiles Peugeot SA strateegia piirata eksporti Madalmaadest oli Peugeot' müügivõrku kuuluvatele edasimüüjatele teada, ent nad kartsid ekspordi mõju kasumile pikas perspektiivis ning kinnitasid maaletoojaga toimunud kolmel kohtumisel oma nõusolekut viimase taotletud meetmete eesmärgiga. Peugeot' eesmärk oli tagada, et Madalmaade müügivõrgu kõik liikmed käituks ühtmoodi. Et loodud korda säilitada, kasutati ekspordi tuvastamise korral otseseid ähvardusi ja kärbiti tarneid.

(12) Kõigepealt avaldas Peugeot Nederland NV otsest survet sellega, et võttis erimeetmeid teatavate edasimüüjate eksportmüügi piiramiseks. Survet avaldati muu hulgas maaletooja müügiosakonna töötajate kaudu (Account Managers Dealernet, edaspidi "AMDd"). Osas AMDde koostatud inspekteerimisaruannetes on toodud eraldi välja sõidukid, mis oli müüdud välisriikides elavatele lõpptarbijatele. AMD-de sellised märkused on seletatavad üksnes sellega, et Automobiles Peugeot SA seisukohast pidi eksportmüük jääma erandlikuks. Surve avaldamise kohta samal eesmärgil on ka teisi näiteid, kus seda tehti muude vahendite kui AMDde kaudu. Ajavahemikul 1997–2001 võeti otsemeetmeid kaheksa edasimüüja suhtes.

(13) Teiseks väljendus surve alates 1997. aastast ka ähvardustes kärpida tarneid, eelkõige selliste enim eksporditavate mudelite tarneid nagu 806. 1997. aastal olid teatavad mudelid, nagu 406 Airline ja 106 Accent, mõeldud rangelt turustamiseks Madalmaadesse ja nende eksportimine tähendas ebaõiget käitumist, mille kohta eksportinud edasimüüja pidi aru andma. Ähvardused piirata tarnet ja eripiirangud olid eelkõige seotud mudeliga 306 universaal. Mitmest koosolekuprotokollist nähtub, et Madalmaade müügivõrku kuuluvad edasimüüjad toetasid alates 1997. aastast teatavate automudelite tarnepiiranguid ja enim eksporditavate mudelite väljajätmist tootevalikust. Muu hulgas avaldasid Madalmaade lääneosas asuvad edasimüüjad 1998. aastal soovi jätta eksportmüügist välja mudel 206.

2. ÕIGUSLIK HINNANG

2.1. **Vaadeldavate meetmete alane kokkulepe**

(14) Automobiles Peugeot SA poolt eksportmüügi ja tootemargisisese konkurentsi piiramiseks võetud meetmed ei olnud ühepoolsed. Need kuuluvad EÜ asutamislepingu artikli 81 lõike 1 reguleerimisalasse. Meetmed moodustasid osa Automobiles Peugeot SA ja tema valikulisse ja ainuõiguslikku turustusvõrku kuuluvate Madalmaade edasimüüjate vahelistest lepingulistest suhetest, mille eesmärk oli müüa Peugeot' sõidukeid ja muid lepingujärgseid tooteid.

(15) Diskrimineerivate boonuste puhul on käesoleval juhul tegemist Automobiles Peugeot SA ja tema Madalmaade müügivõrku kuuluvate edasimüüjate vahelise kokkuleppega. Peugeot' müügivõrgu tegutsemistavadest aastatel 1997–2003 on näha, et Peugeot' Madalmaade edasimüüjad olid toimuvaga vaikimisi nõus, ning seega väljendas iga müügitehing huvide kokkulangemist. [1]

(16) Seoses survega edasimüüjatele võib tõdeda, et Automobiles Peugeot SA püüdis müügivõrgu kaudu piirata Madalmaade edasimüüjate eksportmüüki teistesse liikmesriikidesse vähemalt alates aastast 1997. Otsuses kirjeldatud surve edasimüüjatele näitab, et kõik müügivõrku kuuluvad edasimüüjad toetasid põhimõtteliselt Automobiles Peugeot SA/Peugeot Nederlands NV üleskutset, mille eesmärk oli tagada, et nende eksportmüük jääks erandlikuks. Tootja tagas kehtestatud korrast kinnipidamise, kasutades sellest üleastumise korral erikaristusmeetmeid.

2.2. **Rikkumise eesmärk**

(17) Automobiles Peugeot SA ja Peugeot Nederland NV kasutatud strateegia eesmärk oli piirata eksportmüüki Madalmaadest. Seda strateegiat rakendati kokkuleppel edasimüüjatega ja koostöös Madalmaade müügivõrguga ning selle raames võetud meetmete eesmärk ja tagajärg oli konkurentsi piiramine artikli 81 lõike 1 tähenduses.

2.2.1. *Diskrimineerivad boonused eksportmüügi piiramiseks*

(18) Oma vastustes vastuväidetele kinnitas Automobiles Peugeot SA, et Madalmaades rakendatud kogusel põhinev boonussüsteem oli konkurentsi soodustav ja selle "ainuke ja ilmselge" eesmärk oli edasimüüjate motiveerimine, andes neile boonuste näol vajaliku majandusliku stiimuli, et nad müüks tooteid kõige aktiivsemalt lepingujärgsesse piirkonda, ja Automobiles Peugeot SA-l oli seeläbi võimalik suurendada oma turuosa Madalmaades.

[1] Tootja väljendas oma huve ringkirjas, mille edasimüüja sai iga aasta alguses. Selles sätestati talle hüvitiste maksmise tingimused (müügikate ja boonus). Edasimüüja väljendas tingimustega nõusolekut iga kord, kui ta soovis tellitud sõidukit müügitulemustesse kanda (millest sõltus boonuse saamine), ja iga kord, kui ta nõudis boonuse väljamaksmist Madalmaades registreeritud sõiduki eest (pärast seda, kui müügieesmärgid olid täidetud). Teisisõnu väljendas edasimüüja oma nõusolekut sellega, et sisestas auto tellimusandmed arvutiprogrammi (DIALOG), mille kaudu tootja oma müügivõrgustikuga suhtles. Vaadeldava meetme puhul on seega tegemist asjaomaste edasimüüjatega kooskõlastatud tegevusega, sest viimased teostasid selle süsteemi raames müüki.

(19) Siinkohal tuleb märkida, et otsusega ei vaidlustata tootja õigust kujundada oma müügipoliitikat vastavalt konkreetse riigi turu eripäradele, et saavutada võimalikult suur turuosa. Otsusega ei vaidlustata ei tootja vabadust määrata koos edasimüüjatega kindlaks lepingujärgse piirkonna müügieesmärgid ega vabadust edasimüüjaid vastavalt stimuleerida, näiteks müügitulemustest sõltuvate boonuste abil, innustamaks neid suurendama müüki kokkulepitud piirkonnas. Sellist tootemarkide vahelist konkurentsi soodustav võimalus on muu seas selgesõnaliselt ette nähtud komisjoni määruses (EÜ) nr 1475/95 ([1]) (erandeid käsitlev määrus).

(20) Kuid edasimüüjatele saadetud iga-aastastes ringkirjades uue boonussüsteemi kehtestamise kohta oli ette nähtud, et alates jaanuarist 1997 võeti boonuse väljamaksmisel arvesse üksnes Madalmaades registreeritud sõiduautosid. Selle kohta on ka muid tõendeid. Tulemuseks oli olukord, kus edasimüüjatele, kes olid piirkondlikud müügieesmärgid täitnud ja omasid seega õigust teatud boonusele, ei makstud seda välja nende sõidukite eest, mis oli müüdud mujal kui Madalmaades elavatele tarbijatele. Sellise süsteemiga mindi objektiivse tegutsemise seisukohast kaugemale, kui oli vaja Madalmaade edasimüüjate innustamiseks müüa tooteid kõige aktiivsemalt lepingujärgsesse piirkonda. Tegemist oli määruse (EÜ) nr 1475/95 artikli 6 lõike 1 punktis 8 osutatud karmi piiranguga, mille kohaselt erandit ei kohaldata, kui "tarnija maksab edasimüüjale ilma objektiivse põhjuseta tasu, mis on kalkuleeritud sõidukite edasimüügi sihtkoha või ostja elukoha baasil". Kõigele lisaks tegi Peugeot Nederland NV edasimüüjatele süsteemist kõrvalekaldumise raskeks, kontrollides, kas tellimusandmed, mis sisestati arvutiprogrammi (DIALOG), mille kaudu tootja suhtles oma müügivõrguga, langesid kokku riiklikust autoregistrikeskusest saadud andmetega.

(21) Oma vastuses vastuväidetele seadis Automobiles Peugeot SA sellise meetme tõhususe kahtluse alla, väites, et välja maksmata boonussumma oli liiga väike, et panna edasimüüjaid eksportmüügist loobuma.

(22) Tähelepanu tuleb juhtida olulistele vasturääkivustele väidetes, mida Automobiles Peugeot SA kasutab enda kaitseks. Ühelt poolt väidab ettevõtja, et 1997.–2003. aastal ette nähtud boonused olid liiga väikesed, et mõjutada edasimüüjate käitumist. Teisalt rõhutab Automobiles Peugeot SA, et kõnealune süsteem ning eelkõige müügieesmärgi täitnud edasimüüjatele võimaldatav allahindluse määr oli oluline vahend andmaks edasimüüjatele vajalik majanduslik stiimul, et nad müüks tooteid kõige aktiivsemalt lepingujärgsesse piirkonda. Uurimise käigus kogutud materjal kinnitab meetmete olulist mõju, tõestades, et boonuste saamine oli edasimüüjatele kogu vaadeldava ajavahemiku jooksul tähtis ja et selle välistamine eksportmüügi suhtes mõjutas oluliselt edasimüüjate huvi müüa tooteid mujal elavatele tarbijatele.

2.2.2. *Surve avaldamine, mis tõestab Peugeot' soovi pidurdada eksportmüüki*

(23) Ajavahemikus 1997–2001 võttis Automobiles Peugeot SA erimeetmeid selleks, et panna teatavad Madalmaade edasimüüjad loobuma sõidukite tarnimisest lõpptarbijatele teistes liikmesriikides. Madalmaade edasimüüjatele avaldatud surve eesmärk oli sama kui eksporti piiraval tasustamissüsteemil: nende mõlemaga püüti piirata autokaubandust Madalmaade ja teiste liikmesriikide edasimüüjate vahel, et eraldada Madalmaade turg Euroopa Liidu teistest autoturgudest. Edasimüüjatele avaldatud surve kohta kogutud dokumentatsiooni kohta tuleb anda hinnang just selle strateegia seisukohast.

2.3. **Meetmete märkimisväärne ja mõõdetav mõju**

(24) Kõigepealt tuleks rõhutada, et alates 1997. aastast, mil vaadeldavat tasustamissüsteemi hakati kasutama, on märgata paralleelekspordi vähenemist Madalmaadest ning 1999. aastast selle vähenemist umbes 50 %. Oma vastuses vastuväidetele paneb Automobiles Peugeot SA ekspordi vähenemise muude tegurite kui vaidlusaluse tasustamissüsteemi arvele. Ettevõtja väitel mängis selles "põhirolli" hindade ühtlustumine. Selle väite vastu räägib mitu asjaolu.

(25) Esiteks ei ole Euroopa Liidus hinnad vaadeldaval ajavahemikul märkimisväärselt ühtlustunud.

(26) Teiseks on 2002. aastal Peugeot Nederland NV asutusesiseses memos tasustamissüsteemi mõju paralleelkaubandusele numbriliselt välja toodud, memo sisaldab ka prognoosi selle kohta, kui palju suurem võiks võrreldes varasema aastaga olla 2003. aasta müük, kui ka välisriigi tarbijatele müüdud sõidukite eest boonus välja makstaks.

([1]) EÜT L 145, 29.6.1995, lk 25. Artikli 4 lõige 1: "Erand kehtib hoolimata sellest, et edasimüüjal on kohustus: […] 3. püüda müüa lepingujärgses piirkonnas ja määratud ajavahemiku jooksul teatavas miinimumkoguses lepingulisi tooteid, mis määratakse kindlaks poolte kokkuleppel, või kui pooled on miinimumkoguse suhtes eriarvamusel, sõltumatu eksperdi poolt, kes võtab arvesse selle piirkonna varasemaid müügitulemusi, aga ka müügiprognoose selle piirkonna ja terve riigi kohta."

(27) Kolmandaks võib edasimüüjatele avaldatud surve kohta märkida, et kokku 22 Prantsuse tarbijat on esitanud komisjonile kaebuse kahju kohta, mis on neile tekitatud tarnetähtaegade ületamisega, mis on seotud Peugeot' ähvardustega.

3. **TRAHV**

(28) Eeltoodud põhjustel leidis komisjon, et määrata tuleks vaadeldava rikkumise raskusastmele vastav trahv, mille hoiatav mõju välistaks selle kordamise. Trahvisumma määramisel võttis komisjon arvesse kõiki olulisi asjaolusid, eriti rikkumise raskus- ja kestuskriteeriumi, mis on selgesõnaliselt nimetatud määruse (EÜ) nr 1/2003 artikli 23 lõikes 3.

(29) Eespool nimetatut arvestades hinnati Automobiles Peugeot SA ja tema tütarettevõtja Peugeot Nederland NV poolt toime pandud artikli 81 rikkumist väga raskeks ning seda nii boonussüsteemi kui Automobiles Peugeot SA muude survemeetmete puhul. Automobiles Peugeot SA tegutses tahtlikult ja ta pidi olema teadlik sellest, et vaidlusaluste meetmete eesmärk oli piirata konkurentsi. Komisjon ja Euroopa Kohus on juba varasemalt teinud otsuseid sõiduki sihtkoha alusel toimiva diskrimineeriva tasustamissüsteemi kohta. [1] Rikkumise raskust hinnatakse trahvide arvutamise meetodit käsitlevate suuniste alusel. [2]

(30) Ka on rikkumine kestnud kaua. Alates 1997. aasta jaanuarist kuni 2003. aasta septembri lõpuni pikendas Automobiles Peugeot SA ekspordi seisukohast diskrimineerivat tasustamissüsteemi iga-aastaste ringkirjadega. Ajavahemikus 1997–2001 täiendas ettevõtja eksporti piiravat strateegiat, kasutades mitme edasimüüja puhul ka otseseid hoiatusi ja sekkumisi. Rikkumise lõpetamise kohta tuleb märkida, et käesoleva juhtumi raames kogutud dokumentatsioon ei sisalda materjali, mis tõendaks surve avaldamise näol rikkumise jätkumist pärast novembrit 2001 või käesolevas otsuses käsitletud tasustamissüsteemi jätkumist pärast oktoobrit 2003, mil seda muudeti.

(31) Juhtumi suhtes raskendavad või kergendavad asjaolud puuduvad.

4. **OTSUS**

(32) Automobiles Peugeot SA ja tema tütarettevõtja Peugeot Nederland NV on rikkunud asutamislepingu artikli 81 lõiget 1, kui sõlmisid Peugeot' Madalmaade turustusvõrku kuuluvate edasimüüjatega kokkuleppeid, mille eesmärk ja tagajärg oli sõidukite müügi takistamine teiste liikmesriikide lõpptarbijatele, kes soovisid sõidukit osta ise või nende nimel tegutsenud vahendajate kaudu. Rikkumine kestis 1997. aasta jaanuari algusest kuni 2003. aasta septembri lõpuni.

(33) Punktis 1 osutatud ettevõtjad lõpetavad samas punktis nimetatud rikkumise, kui nad seda juba teinud ei ole. Nimetatud ettevõtjad hoiduvad tulevikus kehtestamast või jätkamast meetmeid, mis põhjustasid käesoleva rikkumise või millel on samad eesmärgid või tagajärjed.

(34) Punktis 1 osutatud rikkumise eest määratakse ettevõtjale Automobiles Peugeot SA ja tema tütarettevõtjale Peugeot Nederland NV trahv summas 49,5 miljonit eurot. Ettevõtjad vastutavad solidaarselt.

---

[1] Komisjoni 28. jaanuari 1998. aasta otsus 98/273/EÜ juhtumis IV/35.733 – *Volkswagen* (EÜT L 124, 25.4.1998, lk 60), põhjendus 129; komisjoni 20. septembri 2000. aasta otsus 2001/146/EÜ juhtumis COMP/36.653 – *Opel* (EÜT L 59, 28.2.2001, lk 1), põhjendus 117.

[2] Suunised määruse nr 17 artikli 15 lõike 2 ja ESTÜ asutamislepingu artikli 65 lõike 5 kohaselt määratavate trahvide arvutamise meetodi kohta. Avaldatud EÜTs C 9, 14.1.1998. Punktis a määratletakse väga rasked rikkumised järgmiselt: "*Need on üldjuhul […] piirangud, mis ohustavad ühisturu nõuetekohast toimimist, näiteks riikide turgude eraldamine üksteisest […]*", millega on käesoleval juhul tegu.