ROZHODNUTIE KOMISIE

z 5. októbra 2005

o konaní podľa článku 81 Zmluvy o ES voči Automobiles Peugeot SA a Peugeot Nederland NV

(Vec COMP/E2/36623, 36820 a 37275 – SEP a iné/Automobiles Peugeot SA)

[oznámené pod číslom K(2005) 3683]

(Iba francúzsky text je autentický)

(Text s významom pre EHP)

(2006/431/ES)

Komisia prijala 5. októbra 2005 rozhodnutie o konaní podľa článku 81 Zmluvy o ES. Podľa ustanovení článku 30 nariadenia Rady (ES) č. 1/2003 [1] Komisia tu uverejňuje mená strán, ako aj obsah rozhodnutia, vrátane prípadných uložených pokút, zohľadňujúc oprávnený záujem podnikov pri ochrane ich obchodných tajomstiev. Úplné znenie rozhodnutia bez dôverných údajov je k dispozícii v jazykoch prípadu, v ktorých je znenie rozhodnutia záväzné, ako aj v pracovných jazykoch Komisie na internetovej stránke GR COMP: http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html

1. ZHRNUTIE PORUŠENIA

1.1. Úvod

(1) Komisia vzhľadom na sťažnosti zo strany niektorých francúzskych sprostredkovateľov prijala 5. októbra 2005 rozhodnutie v zmysle článku 7 nariadenia (ES) č. 1/2003 (ďalej len „rozhodnutie“) adresované spoločnosti Automobiles Peugeot SA, výrobcovi automobilov, a spoločnosti Peugeot Nederland NV, jej 100 % dcérskej spoločnosti zameranej na dovoz automobilov značky Peugeot do Holandska (ďalej len „PNE“), pre porušenie článku 81 zmluvy. Tieto spoločnosti spoločne s koncesionármi siete Peugeot v Holandsku porušili článok 81, uplatňujúc dve opatrenia, ktoré obmedzovali cezhraničný predaj automobilov pôvodom z tejto krajiny, určených konečným spotrebiteľom v iných členských štátoch, najmä vo Francúzsku. Prvé opatrenie, uplatňované v rokoch 1997 až 2003, spočívalo v systéme bonusu pre koncesionárov, ktorí diskriminovali predaj určený na vývoz a ktorí z hľadiska objektívneho fungovania prekračovali rámec toho, čo bolo nevyhnutné pre podnietenie holandských koncesionárov, aby čo najväčšie úsilie venovali predaju na svojom zmluvnom území. Druhé opatrenie, uplatňované v rokoch 1997 až 2001, spočívalo v nátlaku zo strany Automobiles Peugeot SA na koncesionárov aktívne pôsobiacich v oblasti vývozu. Toto priame opatrenie ešte posilnilo dosah diskriminačného bonusu.

1.2. Skutočnosti

1.2.1. *Podniky a predmetný produkt*

1.2.1.1. Podniky

(2) Peugeot SA (ďalej len „PSA“) je druhý európsky výrobca automobilov s predajom 15,5 % v roku 2002 (osobné vozidlá a ľahké úžitkové vozidlá) zahŕňajúce značky Peugeot a Citroën. Automobiles Peugeot SA, výrobca bežných modelov automobilov, je 100 % dcérska spoločnosť PSA, ktorá vyvíja, vyrába a distribuuje vozidlá značky Peugeot. V každom z dvadsiatich piatich členských štátoch zabezpečuje distribúciu produktov a služieb vnútroštátna maloobchodná distribučná sieť. V Holandsku je táto sieť organizovaná a riadená dovozcom, ktorého 100 % kontroluje Automobiles Peugeot SA, v tomto prípade je to konkrétne podnik PNE v Utrechte v Holandsku.

(3) V Holandsku je sieť Peugeot zložená zo zmluvne viazaných koncesionárov a sprostredkovateľských agentov. Počet koncesionárov a sprostredkovateľských agentov, členov siete Peugeot v Holandsku, sa medzi rokmi 1995 a 2003 citeľne znížil.

1.2.1.2. Predmetný trh

(4) Trh s osobnými vozidlami sa delí na viacero segmentov. Obmedzenie hospodárskej súťaže uvedené v rozhodnutí je obmedzením na predmet, ktorý možno hodnotiť

[1] Ú. v. ES L 1, 4.1.2003, s. 1. Nariadenie zmenené a doplnené nariadením (ES) č. 411/2004 (Ú. v. EÚ L 68, 6.3.2004, s. 1).

nielen keď sa trh skúma cez predmetné segmenty jednotlivo, ale aj v prípade, ak vezmeme do úvahy, že príslušný segment v tejto záležitosti a dva susedné segmenty sa prekrývajú a tvoria tak jeden príslušný trh, alebo ak predkladáme, že tento trh je zložený zo všetkých segmentov uvedených v odôvodnení. Z tohto dôvodu nie je potrebné prijať konečné rozhodnutie, pokiaľ ide o segment, ktorý sa má považovať za príslušný trh, a tiež pokiaľ ide o otázku, či trh s osobnými vozidlami zahŕňa celé Spoločenstvo, alebo či každý členský štát predstavuje geograficky odlišný trh.

(5) Medzi rokmi 1995 až 2002 sa počet nových osobných automobilov zaregistrovaných každoročne v Európskej únii a v Európskom hospodárskom priestore zvýšil z 12 034 316 na 14 398 718 kusov. Len značka Peugeot v roku 1995 predstavovala 861 696 registrácií a v roku 2002 už 1 277 738. Zo šiesteho miesta sa posunula na tretie miesto v poradí značiek v Európskej únii. Jej podiel na trhu sa zvýšil zo 7,2 % v roku 1995 na 8,9 % v roku 2002 ([1]). Značka Peugeot zaznamenala silný a trvalý nárast aj v Holandsku a jej podiel na trhu s osobnými automobilmi sa zvýšil zo 6,5 % v roku 1997 na 10,7 % v roku 2003.

1.2.2. *Predmetná dohoda*

(6) Rozhodnutie sa týka porušenia uplatňovaného v rámci dohôd o výlučnej a selektívnej distribúcií, ktorou sa riadili vzťahy medzi Peugeotom a jeho holandskými koncesionármi. Toto porušenie je spojené s dvoma špecifickými opatreniami, ktoré obmedzovali paralelný obchod: systém odmeňovania koncesionárov závisiaci od geografického miesta určenia vozidla a nátlak na koncesionárov aktívne pôsobiacich v oblasti vývozu.

1.2.2.1. Diskriminačný bonus

(7) V Holandsku pozostávalo odmeňovanie koncesionárov z pevnej čiastky [marža z faktúry ([2])] a z čiastky spojenej s výsledkami koncesionára [teda bonus ([3])], ktorý koncesionár potreboval na získanie zisku zo svojej aktivity. Holandský koncesionár však mohol získať tento bonus len s podmienkou, že autá, ktoré predá, budú zaregistrované na území jeho členského štátu. Systém, ktorý zaviedol Peugeot, rozlišoval dve fázy, ktorými sa riadilo udelenie bonusu: nadobudnutie práva na bonus bolo stanovené na základe miery naplnenia cieľa určeného na začiatku rozpočtového roka, teda podiel predaja, ktorý sa má dosiahnuť na území koncesionára. V druhej fáze, po naplnení cieľa predaja, likvidácia takto nadobudnutého práva sa vykonala tiež na základe vozidiel predaných na tomto území. Automobiles Peugeot SA vyžadoval túto registráciu na území členského štátu (1), aby naplnil cieľ predaja umožňujúci nadobudnutie práva na bonus a určenie výšky rabatu na automobil, ale takisto (2) na identifikáciu každého vozidla predaného Automobiles Peugeot SA, za ktoré mohla byť získaná táto odmena (likvidácia bonusu).

(8) Automobiles Peugeot SA uplatňoval totiž medzi 1. januárom 1997 a 31. decembrom 1999 systém odmeňovania koncesionárov, ktorý spočíval vo vyplatení doplňujúcej paušálnej odmeny koncesionárovi („bonus“ a „superbonus“) za všetky predané modely osobných automobilov zaregistrované v Holandsku od 1. januára 1997. Neskôr, od 1. januára 2000 do 1. októbra 2003, Automobiles Peugeot SA zmenil systém odmeňovania koncesionárov s cieľom zaviesť variabilnú časť marže, zachovávajúc však „kvantitatívny bonus“ vyplatený koncesionárovi, ktorý splnil svoje ciele spočívajúce v zaregistrovaní automobilov značky Peugeot v Holandsku. Princíp kvantitatívneho bonusu prešiel počas týchto dvoch období len minimálnymi zmenami. Na uplatnenie bonusu boli koncesionári rozdelení do rozličných kategórii podľa počtu automobilov uvedených v ich cieľoch. Bonus sa určoval podľa modelu automobilu, kategórie koncesionára a percentuálneho podielu dosiahnutého cieľa.

(9) Od januára 1997 boli všetkým koncesionárom adresované ročné obežníky týkajúce sa zavedenia nového bonusového systému, potvrdené ďalšími preukazujúcimi prvkami, ktoré stanovovali, že osobné automobily, ktoré sa zohľadňujú pri likvidácii bonusu, sú len automobily zaregistrované v Holandsku.

1.2.2.2. Nátlak na koncesionárov

(10) Druhé uvedené opatrenie sa týka nátlaku na koncesionárov zo strany Automobiles Peugeot SA, ktorý ešte posilnil diskriminačný bonusový systém priamymi intervenciami u koncesionárov alebo pokusmi obmedziť vyvinuté vývozné aktivity s použitím hrozieb o obmedzení dodávok.

([1]) Podiel na trhu podniku PSA so značkami Peugeot a Citroën sa postupne zvyšoval a pohyboval sa medzi 12 % (v roku 1995) a 15,3 % (v prvom polroku 2003) na základe nových registrácii, čím sa stal od roku 1999 po skupine Volkswagen druhým najväčším dodávateľom osobných automobilov v Európe.

([2]) Marža koncesionára je rozdiel medzi odporúčanou katalógovou cenou daného modelu a cenou, za ktorú koncesionár získa vozidlo od dodávateľa. Táto čiastka slúži na financovanie distribúcie a všeobecných nákladov distributéra, ako aj na rabat, ktorý väčšinou musí dať distributér konečným spotrebiteľom.

([3]) Bonus spočíva v paušálnom odmeňovaní, ktoré koncesionár dostáva od dodávateľa v pravidelných intervaloch za každé predané vozidlo podľa uplatniteľných podmienok. Vyplatenie bonusu je podmienené určitými kvalitatívnymi a kvantitatívnymi cieľmi.

(11) Je potrebné zdôrazniť, že členovia distribučnej siete poznali stratégiu Automobiles Peugeot SA, ktorej cieľom bolo obmedziť vývoz z Holandska a z dlhodobého hľadiska sa obávali vplyvu vývozu na svoje zisky. Počas troch stretnutí s dovozcom vyjadrili podporu opatreniam požadovaným zo strany dovozcu. Peugeot sa snažil zaistiť súdržnosť postoja členov holandskej siete; s cieľom zabezpečiť takto stanovenú disciplínu dovozca použije v prípade vývozu priame hrozby a obmedzenie dodávok.

(12) PNE vyvíjal v prvom rade priamy nátlak a príležitostne intervenoval s cieľom obmedziť predaj na vývoz u niektorých koncesionárov. PNE uplatňoval tento nátlak najmä prostredníctvom svojich Account Managers Dealernet (AMD), ktorí boli súčasťou oddelenia predaja automobilov u dovozcu. V niektorých inšpekčných správach uvádzali títo AMD vozidlá, ktoré sa predali spotrebiteľom s bydliskom v zahraničí. Pripomienky týchto AMD, uvedené v rozhodnutí, dávajú zmysel len v kontexte, keď by boli vývozy, z pohľadu Automobiles Peugeot SA, len ojedinelou záležitosťou. Nátlak s rovnakým cieľom, ktorý sa však nezakladá na AMD, potvrdzujú aj iné príklady. Medzi rokmi 1997 a 2001 zaznamenali ôsmi koncesionári priame intervencie.

(13) Od roku 1997 mal tento nátlak formu hrozieb o obmedzení dodávok predovšetkým u najviac vyvážaných modelov ako napríklad 806. V roku 1997 boli niektoré modely ako napríklad 406 Airlines a 106 Accent určené výlučne pre holandský trh: ich vývoz znamenal porušenie predpisov, za ktoré niesol zodpovednosť vyvážajúci koncesionár. Hrozby obmedzenia dodávok, po ktorých došlo k čiastočným obmedzeniam, sa týkali najmä modelu 306 Estate. Z viacerých zápisníc zo stretnutí vyplýva, že VPDN podporoval od roku 1997 prijatie opatrení týkajúcich sa obmedzovania zásobovania niektorými modelmi, ako aj zrušenie sortimentu najviac vyvážaných modelov. V prípade modelu 206 sa v roku 1998 koncesionári zo západnej časti krajiny rozhodli, že je v ich záujme ukončiť vývozy.

2. PRÁVNE POSÚDENIE

2.1. Dohoda o predmetných opatreniach

(14) Opatrenia prijaté zo strany Automobiles Peugeot SA s cieľom obmedziť predaj na vývoz a hospodársku súťaž v rámci vlastnej značky nepredstavovali unilaterálne rozhodnutia. Vychádzali naopak z článku 81 ods. 1 zmluvy. Zasahovali zmluvné vzťahy medzi Automobiles Peugeot SA na jednej strane a koncesionármi patriacimi do selektívnych a výlučných distribučných sietí v Holandsku na druhej strane, pokiaľ ide o predaj automobilov značky Peugeot a iného zmluvného majetku.

(15) Automobiles Peugeot SA uzavrel v rámci tejto záležitosti s členmi svojej holandskej siete dohodu týkajúcu sa diskriminačného bonusu. Fungovanie siete Peugeot medzi rokmi 1997 a 2003 poukazuje na to, že koncesionári Peugeotu v Holandsku ticho súhlasili, a teda pri každom predaji išlo o názorovú zhodu [1].

(16) Pokiaľ ide o nátlak na koncesionárov, Automobiles Peugeot SA adresoval prostredníctvom VPDN holandským koncesionárom jasnú výzvu s cieľom zaviesť disciplínu týkajúcu sa obmedzenia vývozu do iných členských štátov minimálne od roku 1997. Prípady nátlaku na koncesionárov, tak ako sú uvedené v rozhodnutí, poukazujú na to, že výzva zo strany Automobiles Peugeot SA/PNE adresovaná koncesionárom s cieľom zabezpečiť, aby bol predaj na vývoz ojedinelou záležitosťou, získala principiálnu podporu všetkých členov siete bez toho, aby tým boli dotknuté príležitostné intervencie, ktorými výrobca mohol udržiavať takto stanovenú disciplínu.

2.2. Predmet porušenia týkajúci sa dvoch opatrení

(17) Automobiles Peugeot SA a PNE prijali stratégiu zameranú na obmedzenie predaja na vývoz z Holandska. Cieľom tejto stratégie, uplatňovanej so súhlasom koncesionárov a v spojení s VPDN, ako aj každého opatrenia, ktoré bolo jej súčasťou, bolo obmedziť hospodársku súťaž v zmysle článku 81 ods. 1.

2.2.1. *Diskriminačný bonus určený na obmedzenie vývozu*

(18) Automobiles Peugeot SA vo svojej odpovedi na námietky uviedol, že prokonkurenčný charakter kvantitatívneho bonusu v Holandsku, ktorého „jediným a zjavným“ účelom bola motivácia koncesionárov, poskytujúc im nevyhnutné hospodárske podnety vo forme bonusu, mal za cieľ koncentrovať ich najväčšie úsilie predaja na ich zmluvnom území a umožniť, aby Automobiles Peugeot SA takto zvýšil svoj podiel na holandskom trhu.

[1] Úmysel výrobcu bol vyjadrený v obežníku, ktorý bol začiatkom roka doručený koncesionárom. Tento obežník stanovoval podmienky odmeňovania koncesionára (marža a bonus). Súhlas nastal vždy, keď koncesionár chcel zaúčtovať ním objednané vozidlo do cieľov predaja (podmieňujúcich získanie bonusu), ako aj keď vyžadoval vyplatenie bonusu na každé zaregistrované vozidlo (následne na dosiahnutie cieľov predaja). V tomto prípade súhlas koncesionára predstavovalo zahrnutie referencií objednávky vozidla do softvéru, ktorým výrobca riadil vzťahy zo svojou sieťou (DIALOG). Príslušné opatrenie bolo predmetom súhlasu zo strany príslušných koncesionárov, pretože koncesionári vždy uskutočňovali predaj v rámci tohto systému.

(19) V tomto kontexte je potrebné poznamenať, že rozhodnutie nespochybňuje možnosť výrobcu meniť jeho obchodnú politiku v závislosti od požiadaviek jednotlivých vnútroštátnych trhov s cieľom získať čo najlepšiu mieru preniknutia na tieto trhy. Rozhodnutie nespochybňuje ani možnosť dohody výrobcu so svojimi koncesionármi o cieľoch predaja stanovených vzhľadom na predaj, ktorý sa má uskutočniť na zmluvnom území, a takisto nespochybňuje ani možnosť prijať vhodné podnetné opatrenia, najmä vo forme bonusu založenom na výkone, s cieľom motivovať koncesionárov, aby zvýšili objem predaja na svojom území. Táto možnosť, stimulujúca konkurenciu medzi značkami, bola mimochodom explicitne stanovená v nariadení Komisie (ES) č. 1475/95 ([1]) (nariadenie o výnimke).

(20) Od januára 1997 však bolo v ročných obežníkoch adresovaných všetkým koncesionárom o zavedení nového bonusového systému potvrdeného ďalšími preukazujúcimi prvkami stanovené, že osobné vozidlá, ktoré sú zohľadňované pri likvidácii bonusu, sú len vozidlá zaregistrované v Holandsku. V dôsledku toho však koncesionárovi, ktorý úplne splnil svoje územné ciele predaja, a teda nadobudol právo na bonus, nebolo toto právo na vyplatenie zisku z takto nadobudnutého bonusu (likvidácia) priznané, z dôvodu predaja spotrebiteľom nesídliacim na tomto území. Takýto systém z pohľadu objektívneho fungovania je nad rámec toho, čo je nevyhnutné na podnietenie holandských koncesionárov, aby vyvinuli čo najväčšie úsilie predaja na svojom zmluvnom území. Systém bol takej povahy, ktorá môže predstavovať obmedzenia uvedené v nariadení (ES) č. 1475/95 a porušenie článku 6 ods. 1 bodu 8, na základe ktorého sa výnimka neuplatňuje, „pokiaľ dodávateľ bez objektívne zdôvodnenej príčiny udelí distributérom odmenu vypočítanú na základe miesta určenia predaných automobilových vozidiel alebo na základe bydliska kupujúceho“. Okrem iného PNE obmedzoval možnosti koncesionárov obísť systém, kontrolujúc koherenciu medzi referenciou objednávky vozidla zaregistrovaného koncesionárom v softvéri, ktorým výrobca riadil svoje vzťahy so svojou sieťou (DIALOG), na jednej strane a údajmi získanými z vnútroštátneho orgánu registrácie vozidiel.

(21) Automobiles Peugeot SA vo svojom vyjadrení k námietkam odmietol efektivitu tohto opatrenia zdôvodňujúc, že výška bonusu bola príliš nízka na odradenie koncesionára od vývozu.

(22) Je však potrebné upozorniť na protirečenie v obhajobe Automobiles Peugeot SA. Na jednej strane Automobiles Peugeot SA tvrdí, že úroveň bonusu v rokoch 1997 až 2003 bola príliš nízka na ovplyvnenie správania koncesionára, na druhej strane však Automobiles Peugeot SA zdôrazňuje, že tento systém, a najmä úroveň rabatu udelená koncesionárom spĺňajúcim ich ciele predaja boli nevyhnutné na hospodárske motivovanie, ktorého cieľom malo byť čo najväčšie úsilie predaja zo strany koncesionárov na ich zmluvných územiach. Okrem toho preukázateľné fakty získané v priebehu zisťovania potvrdzujú námietku o významnom vplyve opatrení a dokazujú, že bonus bol pre koncesionárov dôležitý počas celého obdobia a že jeho strata, pokiaľ ide o predaj na vývoz, mala významný dosah na záujem koncesionárov predávať tovar spotrebiteľom nesídliacim na danom území.

2.2.2. *Nátlaky dokazujúce úmysel spoločnosti Peugeot obmedziť vývoz*

(23) Automobiles Peugeot SA od roku 1997 až do roku 2001 príležitostne intervenoval u niektorých holandských koncesionárov, aby ich odradil od dodávania vozidiel konečným spotrebiteľom v iných členských štátoch. Nátlak na holandských koncesionárov, ako napr. odmeňovanie diskriminujúce vývoz, mali za cieľ obmedziť cezhraničný obchod s automobilmi medzi holandskými koncesionármi a koncesionármi z iných členských krajín na účely uzatvorenia holandského trhu vo vzťahu k iným trhom Európskej únie. Dokumenty tohto spisu, týkajúce sa nátlaku na koncesionárov, musia byť posudzované v rámci tejto stratégie.

2.3. **Značný a vyčíslený dosah opatrení**

(24) Je potrebné zdôrazniť najmä to, že v tomto prípade bolo zaznamenané zníženie paralelného vývozu z Holandska po roku 1997, teda po roku, keď sa začal uplatňovať uvedený systém odmeňovania a následne pokles vývozu o približne 50 % po roku 1999. Automobiles Peugeot SA vo svojej odpovedi na námietky nepripisuje tento pokles uvedenému systému odmeňovania, ale iným faktorom, ako napríklad „kľúčovej úlohe“, ktorú zohralo zníženie rozdielu cien. Avšak viaceré fakty protirečia tejto analýze.

(25) Po prvé, nebola zaznamenaná nijaká podstatná zmena v rozdiele cien na úrovni Spoločenstva počas uvedeného obdobia.

(26) Po druhé, v internom zázname PNE z roku 2002 je vyčíslený vplyv systému odmeňovania na paralelný obchod prostredníctvom odhadu objemu doplnkového predaja konečným spotrebiteľom, ktorí nemajú na danom území bydlisko, vo vzťahu k predchádzajúcemu roku, ktorý by mohol byť dosiahnutý, ak by sa bonus skutočne vyplácal v roku 2003 na vozidlá predané na vývoz.

([1]) Ú. v ES L 145, 29.6.1995, s. 25. Článok 4 ods. 1: „Výnimke nie je na prekážku záväzok, ktorým sa distributér zaväzuje: (...) (3) predať počas stanoveného obdobia na dohodnutom území minimálny počet zmluvne stanovených produktov stanovených stranami, alebo v prípade, že nedôjde k dohode o minimálnom počte zmluvne stanovených produktov, ktoré sa majú ročne predať, expertom tretej strany, prihliadajúc najmä na predtým uskutočnený predaj na tomto území, ako aj na predbežné odhady pre predaj na tomto území a pre predaj na národnej úrovni.“

(27) Po tretie, pokiaľ ide o nátlak na koncesionárov, celkovo dvadsať dva francúzskych spotrebiteľov podalo sťažnosť Komisii za ujmu spôsobenú oneskorenou dodávkou spojenou s hrozbami Peugeotu.

3. **POKUTA**

(28) Komisia považuje za potrebné uložiť pokutu, ktorá zodpovedajúcim spôsobom sankcionuje toto porušenie a ktorej odstrašujúci charakter vylúči akékoľvek opätovné porušenie. Komisia pri stanovení výšky pokuty zohľadnila všetky príslušné okolnosti, a najmä závažnosť a trvanie porušenia, ktoré sú explicitne stanovenými kritériami v článku 23 ods. 3 nariadenia (ES) č. 1/2003.

(29) Vzhľadom na uvedené skutočnosti porušenie článku 81 zo strany Automobiles Peugeot SA a jeho dcérskej spoločnosti PNE bolo hodnotené ako veľmi závažné. Toto hodnotenie sa týka politiky v oblasti bonusu, ako aj ostatných nátlakových opatrení prijatých zo strany Automobiles Peugeot SA. Podnik Automobiles Peugeot SA konal úmyselne s vedomím, že cieľom uvedených opatrení je obmedziť hospodársku súťaž. Komisia a Súdny dvor sa už vyjadrili k systému diskriminačného odmeňovania v závislosti od miesta určenia automobilu ([1]). Hodnotenie závažnosti porušenia je založené na ustanoveniach usmernení pre výpočet pokuty ([2]).

(30) Toto porušenie bolo taktiež dlhotrvajúce. Automobiles Peugeot SA od začiatku januára 1997 do konca septembra 2003 pokračoval každý rok, v rámci ročných obežníkov, v diskriminačnom systéme odmeňovania v oblasti vývozu. Automobiles Peugeot SA od roku 1997 do roku 2001 takisto doplnil uplatňovanie stratégie obmedzení pre vývoz o napomenutia a priame výslovné príkazy adresované viacerým koncesionárom. Pokiaľ ide o ukončenie porušenia, prvky zhromaždené v tomto spise neumožňujú potvrdiť, či porušenie pokračovalo po novembri 2001 v oblasti nátlaku na koncesionárov a po októbri 2003, keď bol zmenený systém odmeňovania uvedený v tomto rozhodnutí.

(31) V tomto prípade neexistujú ani priťažujúce, ani poľahčujúce okolnosti.

4. **ROZHODNUTIE**

(32) Podnik Automobiles Peugeot SA a jeho dcérska spoločnosť Peugeot Nederland NV porušili článok 81 ods. 1 zmluvy tým, že uzatvorili dohody s koncesionármi distribučnej siete Peugeot v Holandsku, ktorých predmetom a cieľom bolo brániť predaju konečným spotrebiteľom iných členských štátoch, buď osobne, alebo v zastúpení sprostredkovateľov konajúcich v ich mene. Porušenie trvalo od začiatku januára 1997 do septembra 2003.

(33) Ak to tak ešte neurobili, podniky menované v článku 1 ukončia porušenie uvedené v tomto článku. V budúcnosti nebudú uplatňovať alebo pokračovať v uplatňovaní akéhokoľvek opatrenia, ktoré by bolo založené na uvedenom porušení, a neprijmú opatrenia s rovnakým cieľom alebo účinkom.

(34) Za porušenie uvedené v článku 1 sa ukladá pokuta vo výške 49,5 miliónov EUR podniku Automobiles Peugeot SA a jeho dcérskej spoločnosti Peugeot Nederland NV, ktoré nesú spoločne a nerozdielne zodpovednosť.

([1]) Rozhodnutie Komisie 98/273/ES z 28. januára 1998 vo veci IV/35.733 – *Volkswagen AG* (Ú. v. ES L 124, 25.4.1998, s. 60), odôvodnenie 129; rozhodnutie Komisie 2001/146/ES z 20. septembra 2000 vo veci COMP/36.653 – *Opel* (Ú. v. ES L 59, 28.2.2001, s. 1), odôvodnenie 117.

([2]) Usmernenia pre výpočet pokút uložených podľa článku 15 ods. 2 nariadenia č. 17 a článku 65 ods. 5 Zmluvy o ESUO. Uverejnené v Ú. v. ES C 9, 14.1.1998. V bode A sú definované veľmi závažné porušenia: „ide najmä o (...) činnosti narušujúce dobré fungovanie vnútorného trhu, napríklad tie, ktoré sa snažia uzatvoriť vnútroštátne trhy“, čo je práve tento prípad.