II

(Besluiten waarvan de publikatie niet voorwaarde is voor de toepassing)

COMMISSIE

BESCHIKKING VAN DE COMMISSIE

van 7 oktober 1981

inzake een procedure op grond van artikel 86 van het EEG-Verdrag (IV/29.491 — Bandengroothandel Frieschebrug B.V. / N.V. Nederlandsche Banden Industrie Michelin

(Slechts de tekst in de Nederlandse taal is authentiek)

(81/969/EEG)

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Economische Gemeenschap en met name op artikel 86 ;

Gelet op Verordening nr. 17 van de Raad van 6 februari 1962 (1) en met name op de artikelen 3 en 15 ;

Gezien het op 29 juli 1977 overeenkomstig artikel 3 van Verordening nr. 17 namens de Bandengroothandel Frieschebrug B.V., gevestigd te Alkmaar, Nederland, tot de Commissie gerichte verzoek, een inbreuk op artikel 86 van het Verdrag vast te stellen ;

Gezien het besluit van de Commissie van 19 februari 1980 om de procedure in deze zaak in te leiden ;

Gehoord de betrokken ondernemingen conform artikel 19 van Verordening nr. 17 en conform Verordening nr. 99/63/EEG van de Commissie van 25 juli 1963 (2) ;

Geraadpleegd het Adviescomité voor Mededingingsregelingen en Economische Machtsposities conform artikel 10 van Verordening nr. 17 op 19 en 20 mei 1981 ;

Gelet op de volgende overwegingen :

I

DE FEITEN

1. De procedure heeft betrekking op enige aspecten van de commerciële politiek van de N.V. Nederlandsche Banden Industrie Michelin (hierna „NBIM" te noemen) op de Nederlande vervangingsmarkt van nieuwe buitenbanden voor vrachtwagens en bussen tot en met het jaar 1980.

A. Relevante aspecten van de bandenmarkt

2. De bandenindustrie omvat de produktie van binnen- en buitenbanden en de vernieuwing van het loopvlak van gebruikte buitenbanden. In het vervolg zal uitsluitend over buitenbanden worden gesproken.

Naar gelang van de voertuigen waarvoor zij bestemd zijn, onderscheidt men verschillende soorten banden, zoals :

— lichte banden voor personenwagens ;
— banden voor bestelwagens en lichte vrachtwagens ;
— zware banden voor vrachtwagens en bussen ;
— banden voor landbouwtractoren, wegenbouw- en grondverzetmachines, vliegtuigen enz.

Het verschil in de soorten banden komt ook tot uitdrukking in de prijs per eenheid, die, wat de meest gebruikelijke afmetingen betreft, voor vrachtwagen- en busbanden meer dan vijf keer hoger is dan voor personenautobanden.

(1) PB nr. 13 van 21. 2. 1962, blz. 204/62.
(2) PB nr. 127 van 20. 8. 1963, blz. 2269/63.

Iedere bandensoort omvat een groot aantal typen die in kwaliteit, profiel en afmeting van elkaar verschillen. De keuze van een bepaald type wordt uiteraard in hoofdzaak bepaald door het soort voertuig en het gebruik waarvoor dit bestemd is.

3. De bandenmarkt bestaat uit twee sectoren : de markt voor eerste uitrusting en de vervangingsmarkt, die duidelijk moeten worden onderscheiden.

De verkoop van banden voor eerste uitrusting heeft plaats zonder tussenschakel in rechtstreeks contact tussen bandenproducent en automobielconstructeur. De verkoop van banden aan eindverbruikers op de vervangingsmarkt daarentegen geschiedt voornamelijk via een groot aantal gespecialiseerde handelsondernemingen. Op de Nederlandse vervangingsmarkt wordt 65-70 % van het totale aantal verkochte banden voor personen- en bestelwagens en 85-87 % van het totale aantal verkochte banden voor vrachtwagens en bussen door hun bemiddeling afgezet. Deze wederverkopers worden in het algemeen rechtstreeks door de fabrikanten of door de officiële importeurs bevoorraad.

4. In de behoefte aan banden voor vrachtwagens en autobussen wordt niet alleen voorzien door het aanbod van nieuwe banden. Het is mogelijk karkassen van gebruikte banden, mits deze aan bepaalde eisen van gaafheid voldoen, van een nieuw loopvlak te voorzien, waardoor de levensduur van deze banden praktisch verdubbeld kan worden. In bepaalde gevallen is een herhaling van deze operatie mogelijk. Deze loopvlakvernieuwing geschiedt niet alleen door de fabrikanten van nieuwe banden zelf — zo is Michelin in Frankrijk de belangrijkste loopvlakvernieuwer voor zware banden — maar zij geschiedt tevens door talrijke gespecialiseerde ondernemingen. Deze kopen gave karkassen om deze voor eigen rekening te vernieuwen en te verkopen, ofwel zij verrichten de vernieuwing in opdracht van een vervoersonderneming die hen karkassen uit eigen bedrijf bezorgt. De transporteur wenst deze dan met een vernieuwd loopvlak terug te ontvangen.

5. Het totale aantal loopvlakken, dat via de vervangingsmarkt bij in Nederland gevestigde vervoersondernemingen in omloop is, omvat voor ongeveer gelijke delen nieuwe en vernieuwde banden. De Commissie heeft vastgesteld, dat dit niet betekent, dat deze beide categorieën banden als volledig onderling vervangbaar worden beschouwd. In de ogen van vele gebruikers brengt het gebruik van een band, waarvan het loopvlak is vernieuwd, risico's mede in de vorm van verminderde bedrijfszekerheid, waaraan zij zich niet willen blootstellen. Vervoersondernemers leggen zich dan ook dikwijls beperkingen op met name wat het gebruik van deze banden op de voor- of aandrijfas betreft of in geval van transport over grote afstand of van snel bederfelijke waar.

De specifieke waardering van de transportondernemer voor de vernieuwde band komt ook tot uitdrukking in zijn prijs die — ondanks een bij goed gebruik vergelijkbaar nuttig kilometrage — 40 % en meer lager ligt dan die voor de nieuwe band. Zou dit opvallende prijsverschil het merendeel van de transportondernemingen ertoe verleiden nog meer op het gebruik van vernieuwde banden over te gaan, dan zou dit snel op grenzen stuiten : het aantal vernieuwbare banden is immers functie van het aantal afgereden banden van goede restkwaliteit en dus beperkt. Zo is dan ook de mogelijkheid systematisch vernieuwde banden, b. v. van het Michelin-merk REMIX, met hun aantrekkelijke prijs als alternatief aan te bieden voor nieuwe banden, aan duidelijke grenzen gebonden.

6. Bovendien heeft de Commissie bij haar onderzoek kunnen vaststellen dat de kostprijs van een zware band door de ondernemers wordt berekend op basis van de aankoopprijs, van het aantal door deze band verreden kilometers en van de restwaarde van het eventueel te verkopen karkas. Dit betekent in feite dat bij de berekening van de kostprijs van een vrachtwagen- of autobusband normaliter meerdere levensfasen in aanmerking worden genomen : een eerste fase als „nieuwe" band, vervolgens één, soms twee fasen als „vernieuwde" band. Aangezien de prijs van de vernieuwde band veel lager ligt dan die van een nieuwe band drukt immers loopvlakvernieuwing de totale kilometerkostprijs van de band, berekend over zijn gehele leven. Een praktisch gevolg hiervan is dat de transportondernemer zeker wil zijn de karkassen van de door hem nieuw ingekochte en, naar hij aanneemt, gedurende de eerste levensfase deskundig bereden banden na vernieuwing terug te krijgen. Hij blijft de goede karkassen dan ook als zijn eigendom beschouwen en vertrouwt deze doorgaans slechts aan een bandenvernieuwingsbedrijf toe onder specifieke vermelding van het op de flank van de band geperste matrixnummer. Op deze wijze kan hij controleren of hij zijn eigen banden in vernieuwde vorm terugkrijgt en niet andere banden met wellicht onverwachte gebreken.

In deze gevallen blijkt de bandenvernieuwer dus de rol te vervullen van gekwalificeerde dienstverlener, die in geen enkele relatie staat tot de sector van de bandenverkoop. Een eventuele tussenkomst van de bandenhandelaar hierbij is niet essentieel ; hij bemiddelt immers slechts tussen de vervoersondernemer en het bandenvernieuwingsbedrijf. Meer dan de helft van de afgereden banden wordt in Nederland in directe opdracht van de vervoersonderneming van een nieuw loopvlak voorzien. Zo verklaarden de op de hoorzitting aanwezige vervoersondernemersgetuigen aan wie de vraag werd gesteld, dat zij eigen banden op bestelling laten vernieuwen en geen vernieuwde banden op de open markt kopen.

7. De bandenhandelaren hangen derhalve voor het uitoefenen van hun werkzaamheden af van een regelmatige bevoorrading met nieuwe banden. Deze kan niet of slechts zeer ontoereikend door aanvoer van vernieuwde banden worden vervangen. Het is essentieel voor de handelaar, dat hij zijn klanten een voldoende omvangrijk assortiment nieuwe banden aan kan bieden, ongeacht de hoeveelheid en variëteit vernieuwde banden, die als alternatief mogelijkerwijs nog beschikbaar zijn.

8. De vervangingsmarkt kan in geografisch opzicht worden omschreven als de zone waarbinnen aanbod en vraag elkaar met het oog op de wederverkoop aan eindgebruikers ontmoeten. In dit verband moet worden opgemerkt dat de fabrikanten binnen de EEG hun werkzaamheden op de verschillende binnenlandse markten voornamelijk uitoefenen door tussenkomst van filialen, die zij voor de voorziening van de betrokken markt hebben opgericht. De handel in banden tussen de verschillende Lid-Staten en ook met enkele derde landen is weliswaar niet te verwaarlozen, maar bestaat hoofdzakelijk uit leveranties van de fabrikanten zelf tussen hun verschillende produktie- en verkoopeenheden. Verscheidene omstandigheden, waaronder prijsverschillen tussen de markten der Lid-Staten, hebben voor enkele typen banden — in het bijzonder voor Michelin-banden — geleid tot „parallelle" export- en importstromen uit andere nationale markten. Deze hebben echter slechts betrekking op relatief beperkte hoeveelheden en vertonen bovendien een te toevallig karakter dan dat zij in de huidige toestand van de markt als belangrijk beschouwd kunnen worden. Ondanks het bestaan van zekere „parallelle" handelsstromen blijven de Nederlandse handelaren voor hun regelmatige bevoorrading in Michelin-banden voor de wederverkoop dan ook aangewezen op het filiaal van deze fabrikant in dit land, de NBIM. Bij het vaststellen van handelskortingen over de afgezette aantallen Michelin-banden gelden trouwens uitsluitend de door bemiddeling van de NBIM door de wederverkoper betrokken hoeveelheden. Voor deze onderneming blijkt dus de Nederlandse markt de geografisch relevante.

9. Wat de algemene structuur van de bandenindustrie betreft kan onder meer worden opgemerkt dat haar horizontale concentratie op de gehele wereld groot is. De Europese markt wordt beheerst door vier producenten : de groep Michelin-Kléber-Colombes, de groep Continental-Uniroyal, de groep Dunlop-Pirelli — onlangs ontbonden — en de Amerikaanse onderneming Goodyear. Een van de opmerkelijkste concentraties van de laatste jaren was de overname in 1979 van de Europese belangen van de Amerikaanse onderneming Uniroyal door de Duitse onderneming Continental Gummi. In hetzelfde jaar heeft Michelin de aandelen in Kléber-Colombes teruggenomen, die zij in 1973 in Semkler, een combinatie van de Oostenrijkse bandenproducent Semperit en Kléber-Colombes, had ingebracht. Als gevolg daarvan is deze combinatie ontbonden en is Semperit weer onafhankelijk producent geworden. Wat Kléber-Colombes betreft, na de mislukking van een andere poging tot hergroepering met Continental-Uniroyal in 1980 zouden haar activiteiten gereorganiseerd worden binnen de groep Michelin.

Slechts drie fabrikanten hebben produktiebedrijven in Nederland, te weten Michelin, Vredestein en Goodyear, deze laatste op slechts zeer beperkte schaal. Michelin is de enige onderneming die hier banden voor vrachtwagens produceert.

10. De horizontale concentratie gaat gepaard met een verticale integratie in de vorm van een toenemend de hand leggen op de afzetkanalen door de bandenproducenten. In Nederland hebben de bandenproducenten Vredestein, Goodyear en Firestone en het bandenvernieuwingsbedrijf UBO al sinds het begin van de zeventiger jaren de eigendom of de controle verworven over een aantal verkooppunten (resp. 30, 14, 2 en 11 verkooppunten). Sinds juli 1977 is ook de NBIM hiertoe overgegaan door de N.V. Actor, nadat deze was overgenomen door de tot de groep Michelin behorende onderneming Hardinge Investment Ltd, bij haar activiteiten te betrekken. De N.V. Actor bezit thans 28 verkooppunten onder de naam TS-Sterband van nieuwe en vernieuwde banden en was tot begin 1980 zelf loopvlakvernieuwer via haar dochteronderneming Tyresoles.

11. Wat de ontwikkeling van de bandenmarkt betreft moet nog worden vastgesteld, dat zich op de vervangingsmarkt na een snelle groei tot 1973 een terugslag voordeed. De daarmee gepaard gaande moeilijkheden bleven uiteraard niet zonder gevolgen voor de gespecialiseerde handel in de vorm van een vermindering van omzet en winstmarges, en van een sterkere concurrentie.

B. De positie van de NBIM

12. De N.V. Nederlandsche Banden Industrie Michelin („NBIM") te Amsterdam (Nederland) is een dochteronderneming (99 %) van de Compagnie Financière Michelin, opgericht in 1960 te Bazel (Zwitserland), zelf een dochtermaatschappij (99 %) van de Compagnie Générale des Établissements Michelin te Clermont-Ferrand (Frankrijk).

De groep Michelin is met een totale omzet van 24 miljard Ffr. in 1979 één der grootste bandenproducenten. Op de wereldmarkt wordt zij slechts overtroffen door de firma Goodyear. Binnen de Europese Economische Gemeenschap neemt zij de eerste plaats in.

13. Michelin introduceerde in 1948 de radiaalband. De onderneming is voor dit produkt tot de dag van vandaag de leider op de wereldmarkt gebleven. De door Michelin vervaardigde buitenbanden worden gekenmerkt door het gebruik op grote schaal van staaldraad. De onderneming is ook daarvoor pionier en de belangrijkste producent ter wereld. Michelin is ook de belangrijkste Franse producent van wielen voor personenauto's en vrachtwagens.

Alhoewel de basisoctrooien voor de radiaalband sinds enige jaren zijn afgelopen en al vanaf 1956 licenties aan andere producenten waren verleend, beschikt Michelin nog steeds over een bijzondere know-how. Zij heeft een duidelijke voorsprong wat betreft de omvangrijke gespecialiseerde investeringen op dit terrein, waartoe zij, dankzij haar grote financiële middelen, in staat was. Zij is een actief beleid van onderzoek en vernieuwing blijven voeren. Er is zodoende een groot assortiment banden onder het merk Michelin ontstaan, zodat een zeer gedifferentieerd produkt wordt aangeboden en steeds nieuwe categorieën klanten worden bereikt. Dit assortiment is groter dan dat wat door andere producenten aan afnemers in Nederland ter beschikking wordt gesteld.

Verscheidene concurrenten zijn erin geslaagd de achterstand die zij hadden opgelopen te verminderen. Zij bieden thans een produkt aan dat in kwaliteit en kostprijs te vergelijken is met de Michelin-band. Het blijkt evenwel dat er bij de bandengebruikers voorals nog een zekere voorkeur bestaat voor produkten met het merk Michelin. Dit heeft verschillende redenen, zoals de grote voorsprong die Michelin had opgebouwd en, wat vrachtwagenbanden betreft, het feit dat een gebruiker pas na een ervaring van enkele jaren met banden van een bepaald merk duidelijkheid verkrijgt over betrouwbaarheid en kostprijs. Dit geeft uiteraard aan een goed gevestigd merk een langdurige solide positie.

14. De NBIM is belast met de produktie en verkoop van Michelin-banden in Nederland. Zij heeft een fabriek voor de produktie van bestel- en vrachtwagenbanden te s-Hertogenbosch, waar per jaar 450 à 500 000 nieuwe banden — ook voor andere landen bestemd — gefabriceerd worden. Zij heeft ongeveer 1 600 werknemers in dienst en realiseerde in 1980 een totale omzet van 455 miljoen gulden.

15. Op de Nederlandse vervangingsmarkt van nieuwe banden voor vrachtwagens en autobussen neemt de NBIM verreweg de belangrijkste plaats in. Zoals blijkt uit tabel I, draagt 57-65 % van de in Nederland in 1975-1980 verkochte nieuwe banden voor vrachtwagens en autobussen, bestemd voor de vervangingsmarkt, het merk Michelin.

TABEL I

Verkopen in Nederland van nieuwe banden voor vrachtwagens en autobussen, bestemd voor de vervangingsmarkt

(in stuks)

	(a) Verkopen alle merken	(b) Verkopen van de NBIM	(c) (b) in % van (a)
1975			
1976			
1977			
1978			
1979			
1980			

In deze tabel, samengesteld uit van fabrikanten en importeurs afkomstige cijfers, is geen rekening gehouden met de moeilijk vast te stellen aantallen „parallel" ingevoerde banden. Het gaat hier naar deskundige schatting om vele duizenden stuks, hoofdzakelijk van het merk Michelin, hetgeen het marktaandeel van dit merk nog verhoogd.

De marktaandelen van de vijf belangrijkste concurrerende merken liggen zeer veel lager, te weten tussen slechts ongeveer 8 en 4 %. Drie van deze grootste concurrenten met een gezamenlijk marktaandeel van 17 à 18 % vervaardigen hun zware banden in andere Lid-Staten. De andere in deze staten gevestigde ondernemingen nemen ook nog enige procenten marktaandeel voor hun rekening zodat in totaal 25 à 28 % van de op de Nederlandse vervangingsmarkt gemonteerde zware banden, die met het merk Michelin concurreren, uit andere Lid-Staten van de gemeenschappelijke markt afkomstig zijn.

16. Wat de vernieuwde banden betreft, hier groeide het aandeel van de NBIM van 6 % in 1975 tot 18 % in 1979, zoals blijkt uit Tabel II.

TABEL II

Verkopen in Nederland van vernieuwde banden voor vrachtwagens en autobussen

(in stuks)

	(a) Verkopen (alle merken) (*)	(b) Verkopen van de NBIM	(c) (b) in % van (a)
1975			
1976			
1977			
1978			
1979			

(*) *Bron:* VACO.

Bovendien heeft de NBIM eind 1977 de in de vernieuwingsindustrie belangrijke onderneming Tyresoles aan zich verbonden (in april 1980 wederom afgesloten). Dit stelde Michelin in staat een aanvullend aandeel van ongeveer 20 % in de in Nederland gemonteerde vernieuwde vrachtwagenbanden te verkrijgen, zodat toen praktisch een derde deel van de op de Nederlandse markt geplaatste vernieuwde zware banden door haar direct of indirect werd gecontroleerd.

17. Op de Nederlandse vervangingsmarkt van nieuwe personenwagenbanden bezet de NBIM eveneens de eerste plaats. Hier is haar marktaandeel ongeveer een derde. De zeven belangrijkste concurrerende merken hebben een aandeel op deze markt van tussen omstreeks 13 en 5 %.

18. De NBIM, evenals de andere producenten, verkoopt haar banden op de Nederlandse markt tegen prijzen die gepubliceerd zijn in algemeen bekende prijslijsten. Uit een vergelijking van de prijzen van de banden van verschillende producenten, die in 1977-1978 golden, blijkt dat de brutoprijzen van de Michelin-banden zich op een niveau bevonden, dat vergelijkbaar is met de prijzen van de banden van de belangrijkste concurrenten. De situatie met betrekking tot de netto-prijzen voor de handelaren is evenwel, blijkens uit kringen van de bandenspecialisten verkregen inlichtingen, verschillend. De gemiddelde totale korting die de NBIM aan de handelaren verleent, is namelijk aanzienlijk lager dan die welke door de concurrenten wordt gegeven. Bijgevolg zijn de Michelinbanden bij aankoop door de handelaar ongeveer 10-15 % duurder dan de banden van andere merken. Dit feit zegt uiteraard niets definitiefs over de prijs van de diverse banden voor de uiteindelijke verbruikers of over de relatieve kilometerkostprijs.

19. De NBIM beschikt over een belangrijke commercieel-technische dienst. Haar vertegenwoordigers (ongeveer 50 in getal) bezoeken regelmatig alle bandenhandelaren, alsmede de gebruikers van vrachtwagenbanden (de belangrijkste gebruikers ongeveer eenmaal per maand). Om deze bezoeken aan gebruikers mogelijk te maken wenst de NBIM exact de eindbestemming van de bij haar door de wederverkopers bestelde zware banden te kennen. De employés van de NBIM bezoeken de gebruikers regelmatig op eigen initiatief, zonder de handelaar op de hoogte te stellen en zonder een verzoek van de handelaren of de gebruikers af te wachten. Het hoofddoel van hun optreden is het bevorderen van de afzet van Michelin-banden, dus de verkoop. Hierbij zijn de vertegenwoordigers overigens geïnstrueerd met de handel samen te werken. Bij hun bezoeken geven de vertegenwoordigers technische aanwijzigingen, bij voorbeeld over het type band dat moet worden gemonteerd, over de juiste montage en spanning. Zij oefenen ter plaatse technische controle uit op de banden en op de staat van de voertuigen ; zij nemen ook orders in ontvangst — waarbij de vertegenwoordigers uiteraard ook netto-prijsindicaties geven — die dan aan een handelaar worden doorgegeven. Bovendien hebben zij tot opdracht bij de controle van het wagenpark een zo gedetailleerd mogelijke inventaris van de aanwezige concurrerende bandenmerken op te maken. Door deze bezoeken wordt uiteraard en doelbewust een, met die van de gespecialiseerde handel concurrerende, direct op de producent georiënteerde marktkennis verworven.

Verder beschikt de NBIM nog over een gespecialiseerde technische dienst van ongeveer 10 personen, waarvan iedere gebruiker van Michelin-banden de hulp kan inroepen voor het oplossen van ingewikkelde technische problemen.

C. Het in geding zijnde gedrag

20. In haar relatie met de bandenhandelaren voerde de NBIM tijdens de voor deze beschikking relevante jaren een prijs- en kortingspolitiek gekenmerkt door in ieder geval de volgende elementen :

— een basisprijs die in prijslijsten is gepubliceerd ;

— een onmiddellijk gegeven en algemeen geldende korting op factuur ;

— andere kortingen die ten dele individueel per handelaar worden vastgesteld ;

— een aankoopstreefcijfer, het „doel", als basis voor de hoogte van deze kortingen ;

— de afwezigheid van schriftelijke bevestiging van „doelen" en kortingen.

a) *Het kortingssysteem*

21. Het kortingssysteem omvat ten eerste een vaste component : de factuurkorting, d.w.z. een korting die direct op de factuur in mindering wordt gebracht en waarvan de handelaar dus onmiddellijk in het genot wordt gesteld. Verder kent het een variable component bestaande uit verschillende bonificaties.

22. De factuurkorting bedroeg tot en met 1977 voor vrachtwagen- en autobusbanden 15 %, is in 1978 verhoogd tot 22,5 % en in 1979 tot 30 %. Zij werd aan het begin van het kalenderjaar schriftelijk in de vorm van een circulaire aan de handelaren aangekondigd en is dus algemeen bekend.

In dezelfde circulaire wordt gezegd dat nadere condities besproken zullen worden tijdens een bezoek van een vertegenwoordiger van de NBIM. Deze condities zijn verschillende vormen van bonussen die boven de factuurkorting worden verleend en mondeling aan de handelaren worden medegedeeld. Voor vrachtwagenbanden gaat het hier vooral om een jaarbonus die tot en met 1977 lag tussen 10 en 22 %. Meer dan driekwart van de verkopen van zware banden door de NBIM vond in de hoogste percentagecategorieën plaats, en wel binnen een marge van 3 % tussen de hoogste en laagste bonificatie. Tegelijk met de drastische verhogingen van de factuurkorting werd de jaarbonus in 1978 verminderd tot 1-5 % en in 1979 tot 0-2 %. Als voorschot op de jaarbonus ontvingen de handelaren tot en met 1977 maandelijks een „voorschotbonus" die naar handelaar varieerde van 5 tot 18 %. In het algemeen lag de voorschotbonus ongeveer 4 tot 6 % lager dan de jaarbonus. Deze voorschotbonus was voor de handel zeer belangrijk gezien het tot 1979 lage niveau van de factuurkorting. In 1978 kwam een automatische maandbonus van 3 tot 10 % in de plaats van de voorschotbonus. Deze maandbonus werd in 1979 weer afgeschaft. Toen voerde de NBIM naast de jaarbonus een viermaandbonus van 0 tot 3 % in. Daarenboven bestond er in alle jaren een korting voor contante — d.w.z. conform afspraak verrichte — betaling van 2 %.

Alle bonussen alsmede de korting voor contante betaling werden tot 1979 berekend op het niveau van facturering (d.w.z. op basis van de lijstprijs met aftrek van de waarde van de factuurkorting). Vanaf 1979 worden de bonussen uitsluitend op basis van de lijstprijs berekend, behalve de korting voor contante betaling die op het niveau van facturering wordt gecalculeerd.

Het niveau van de totale korting die een handelaar bij de NBIM kon behalen, is sinds 1975 iets omhoog gegaan. De tabel geeft een overzicht van de evolutie van kortingen en bonussen.

TABEL III

Kortingssysteem vrachtwagenbanden 1975-1980

De kortingen zijn in percentages van de lijstprijs, behalve waar gemerkt met een (*), waarmede wil worden aangegeven dat het hier gaat om kortingen in percentages van het factuurbedrag.

	1975	1976	1977	1978	1979	1980
Factuurkorting	15	15	15	22,5	30	30
Maandbonus	—	—	—	3-10 (*)	—	—
Viermaandbonus	—	—	—	—	0-3	0-3
Jaarbonus	10-22 (*)	10-22 (*)	10-22 (*)	1-5 (*)	0-2	0-2
Korting voor „contante betaling"	2 (*)	2 (*)	2 (*)	2 (*)	2 (*)	2 (*)
Totaal (max.)	35,4	35,4	35,4	35,675	36,2	36,2

Opgemerkt moet worden dat gedurende dezelfde periode de door de andere bandenproducenten automatisch verleende factuurkorting 40 tot 60 % bedroeg, soms op het einde van het jaar aangevuld met een jaarbonus van enige percenten.

Deze jaarbonus was gewoonlijk bij voorbaat bekend en werd niet gebruikt als een geïndividualiseerde verkoopdoelstelling. Zodoende had deze bonus in geen enkel opzicht het karakter van een getrouwheidskorting. Deze kortingspolitiek, toegepast door alle andere producenten, stond in schril contrast tot het hieronder beschreven en door NBIM toegepaste systeem.

23. Het niveau van de bonussen werd individueel per handelaar vastgesteld aan de hand van de mate waarmede deze zich inzet voor de afzet van Michelinbanden, hetgeen zich manifesteert in een vermeerdering- of handhaving in een slechte conjuncturele situatie — van de aankopen bij de NBIM. Deze baseert zich daarbij op een aantal criteria, welke enerzijds de geschatte verkoopmogelijkheden van de betrokken handelaar en anderzijds haar aandeel in deze verkopen zijn. Deze handelwijze blijkt het duidelijkst uit klantenkaarten 1975-1976, waarin het aandeel Michelinbanden in de totale bandenverkopen van de bandenspecialist wordt berekend, door de NBIM destijds „température Michelin" genoemd. De berekening van het percentage „Michelin" in de totale aankoop van nieuwe banden blijft ook daarna voorgeschreven met vermijding echter van het woord „température".

24. Het uitbetalen van de jaarbonus en van de in 1979 ingevoerde viermaandbonus is afhankelijk van het behalen van een in het begin van elk jaar afgesproken „doel" bij de aankoop van Michelin-banden. Dit blijkt duidelijk uit de overzichten van de handelaarscondities en uit de klantenkaarten die aan de Commissie zijn overgelegd en uit correspondentie met enige bandenspecialisten. Ook heeft de Commissie vastgesteld dat de uitkering van de voorschotbonus en de vaste maandbonus meermaals gebaseerd werd op de in het „doel" vastgestelde verwachte jaaromzet van een zeker aantal vrachtwagenbanden. Zou de omzet van de betreffende handelaar zich niet in de verwachte posi-

tieve zin ontwikkelen, dan hield de NBIM zich het recht voor de bonusconditie tussentijds te wijzigen en/of tot verzoek om restitutie van reeds ontvangen voorschotten over te gaan. In welke omvang was alleen NBIM bekend. Ook bestond de mogelijkheid van verhoging van de bonus als de handelaar extra verkopen realiseert. In het algemeen speelt hier de z.g. „doel/conditie-séance" van NBIM-vertegenwoordiger met handelaar een grote zol. Zo is het de taak van de vertegenwoordiger de handelaar in de laatste maanden van het jaar te wijzen op de verdiensten die nog met een laatste bestelling in dat jaar verbonden zijn en wat het hem kan kosten indien deze laatste order niet wordt geplaatst. Soms wordt de handelaar er ook op gewezen dat hij het bedrag van de jaarbonus over b.v. de eerste zes maanden onmiddellijk kan ontvangen als de helft van het jaar„doel" eind juni is gerealiseerd. De extra orders die hiervoor in vele gevallen nodig zijn, kunnen dan worden gefinancierd via het bedrag van de te ontvangen credit-nota.

Tot 1978 werd meestal een oplopende reeks van drie „doelen" vastgelegd met daarmede corresponderende bonuscijfers die eveneens opliepen. In het algemeen geschiedde deze vaststelling op een zodanige wijze dat het hoogst aangegeven „doel" voor een bepaald jaar hoger was dan de gerealiseerde hoeveelheid aankopen in het voorafgaande jaar, terwijl het corresponderende bonuscijfer in de meeste gevallen niet steeg. De handelaar werd er derhalve toe aangezet ieder jaar een grotere verkoopinspanning voor Michelin-banden te leveren om tenminste dezelfde jaarbonus te krijgen.

Voor 1978 werd dit systeem enigszins gewijzigd en werd slechts één „doel" vastgelegd. Verder werd in 1979 een verfijning ingevoerd in de vorm van een viermaanddoel, waarmede een viermaandbonus correspondeerde. Dit viermaand„doel" lag op éénderde van het jaar„doel". Dit jaar„doel" bevond zich ook in deze jaren stelselmatig op een hoger peil dan dat van de in het voorafgaande jaar gerealiseerde aankopen.

25. Uit vergelijking van de klantenkaarten blijkt dat handelaren die zeer verschillende aankopen doen, dikwijls dezelfde bonussen ontvingen en omgekeerd. Voorts blijkt, dat de NBIM zelf de voorwaarden voor verkrijging van de bonussen niet stringent volgt. Zij behoudt zich het recht voor om een bonus toe te kennen, vastgesteld voor een omvangrijkere aankoop dan die welke in feite heeft plaatsgevonden. Anderzijds heeft de Commissie kennis gekregen van gevallen waarin de bonus eenzijdig is verlaagd, nadat het „doel" niet bereikt was. De toepassing van de bonussenschema's was dus soepel, maar geheel ter vrije beoordeling van de NBIM.

Een op verzoek van de Commissie door de NBIM opgesteld overzicht betreffende de in 1976 — het jaar voorafgaand aan de indiening van de klacht — per bonuspercentage verkochte aantallen banden geeft een duidelijke aanwijzing voor de individualiserende wijze van vaststelling van de bonificaties.

26. Een vergelijkbaar kortingssysteem als voor zware banden van toepassing is, wordt ook gebezigd voor de andere categorieën banden die de NBIM aan de handelaren verkoopt.

27. Naast de normale kortingen en bonussen deel uitmakende van het hierboven beschreven kortingssysteem, worden er door de NBIM van tijd tot tijd extra bonussen of kortingen verleend, die meestal in verband staan met een bepaalde promotiecampagne. Zo heeft de NBIM, toen zij in 1977 niet in staat was om te voldoen aan de vraag naar zware banden op de Europese markt tengevolge van een grote vraag elders, van deze situatie gebruik gemaakt om in dat jaar aan de handelaren een eenmalige extra jaarbonus van 0,5 % te geven over hun aankopen van zware en van lichte banden mits een speciaal „doel" bij de aankoop van lichte banden werd bereikt. Deze bonus had dus in feite ten doel de verkoop van lichte banden te stimuleren. Bij het niet behalen van het „doel" is de extra bonus in het algemeen niet uitbetaald.

b) *De afwezigheid van schriftelijke bevestiging*

28. De individuele handelaar kent niet de criteria volgens welke de bonussen worden bepaald. De schema's voor het bepalen van de hoogte van de jaarbonussen — welke schema's sinds 1978 niet meer bestaan — waren slechts voor intern gebruik bestemd en dienden alleen ter oriëntering van de vertegenwoordigers.

Bij deze onbekendheid met het kortingssysteem komt dat de handelaren tot 1980 slechts zeer sporadisch een schriftelijke bevestiging van de NBIM ontvingen van de mondelinge „overeenkomst" over de bonussen tussen Michelin's vertegenwoordiger en de handelaar. Deze afwezigheid van schriftelijke bevestiging heeft, naar de Commissie heeft moeten vaststellen, regelmatig aanleiding gegeven tot interpretatiemoeilijkheden over het beloningspercentage waarop aan het eind van het jaar recht bestaat.

Dit klemde temeer daar de elementen voor de berekening van de bonussen van dien aard waren, dat het zeer moeilijk was voor de handelaar — en praktisch onmogelijk voor de minder grote onder hen — om duidelijk te weten hoeveel in een bepaald jaar op de verkoop van Michelin-banden wordt verdiend. Dikwijls ontdekte de kleinere handelaar zijn uiteindelijke beloning zelfs pas na een enveloppe geopend te hebben die hem aan het eind van het jaar door een vertegenwoordiger van de NBIM is overhandigd.

De Commissie heeft moeten vaststellen dat vele handelaren aarzelden om tegen deze afwezigheid van schriftelijke bevestiging stelling te nemen, wetende dat de NBIM via haar alomtegenwoordigheid bij de uiteindelijke verbruikers haar voorkeur gemakkelijk aan een

concurrerende handelaar kan geven die meer coöperatief is, of, sinds de overname van Actor, aan een van de 28 vestigingen van TS-Sterband.

II

TOEPASSELIJKHEID VAN ARTIKEL 86

29. Krachtens artikel 86 van het EEG-verdrag is onverenigbaar met de gemeenschappelijke markt en verboden, voor zover de handel tussen Lid-Staten daardoor ongunstig kan worden beïnvloed, het feit dat een of meer ondernemingen misbruik maken van een machtspositie op de gemeenschappelijke markt of op een wezenlijk deel daarvan.

30. De NBIM is een onderneming in de zin van dit artikel.

A. De relevante markt

31. Naar produkt afgebakend is de voor deze beschikking relevante markt die van nieuwe buitenbanden voor vrachtwagens, autobussen e. d. bestemd voor vervanging. Deze zware banden onderscheiden zich in technische eigenschappen, bestemming en prijs duidelijk van de overige categorieën banden. Het is dan ook constant gebruik zowel bij bandenproducenten als wederverkopers in brutoprijzen en kortingscondities een duidelijk onderscheid te maken tussen met name personen- en vrachtwagenbanden.

Het is op het niveau van de wederverkopers, dat de relevante markt hier wordt onderzocht.

32. De relevante markt omvat niet de vernieuwde banden. Zoals hierboven (randnummers 5 en 6) is aangetoond kunnen deze banden zich noch kwalitatief, noch kwantitatief voldoende in de plaats stellen van de nieuwe banden. De open markt voor vernieuwde banden is beperkt omdat het merendeel van de in Nederland in omloop zijnde vernieuwde banden in directe opdracht van de transportondernemingen en voor hun eigen gebruik van een nieuw loopvlak wordt voorzien.

De één- of meermaals vernieuwde band verlengt doorgaans slechts het leven van de nieuwe band binnen het bedrijf van de oorspronkelijke eigenaar daarvan. De prijs van de op de open markt verkrijgbare vernieuwde banden toont trouwens aan, dat er, in de appreciatie van de kopers, van een duidelijk onderscheiden produkt sprake is dat op een eveneens duidelijk onderscheiden submarkt thuis behoort. De wederverkoper van banden voor vrachtwagens en autobussen hangt dus voor het uitoefenen van zijn werkzaamheid af van een gediversifieerd aanbod van nieuwe banden. Vernieuwde banden kunnen slechts een aanvulling van het door hem aangeboden assortiment nieuwe banden zijn en kunnen deze laatste niet vervangen.

33. De NBIM voert aan dat, gezien de verscheidenheid en het specifieke karakter van de behoeften waaraan de verschillende soorten en types banden beantwoorden, binnen de categorie vrachtwagen- en autobanden meerdere submarkten onderscheiden moeten worden. Deze stelling gaat niet op omdat in deze zaak niet de verhouding tussen de NBIM en de uiteindelijke verbruiker aan de orde is. Het specifieke type en de afmeting van de band speelt geen enkele rol bij de analyse van de substitutiemogelijkheden op het niveau van de handelaar of in de verhouding NBIM/handelaar De door alle producenten tegenover de handelaren gehanteerde prijs- korting- en andere verkoopcondities bevestigen, dat een gedetailleerde opsplitsing hier irrelevant is. Ook de NBIM houdt hiermede duidelijk rekening waar zij de „doelen" definieert in aantallen „vrachtwagen- en autobusbanden", zonder nadere detaillering.

34. De in aanmerking te nemen geografische markt is de Nederlandse markt, die een wezenlijk deel vormt van de gemeenschappelijke markt. De NBIM is, wat het in geding zijnde gedrag betreft, slechts binnen dit gebied werkzaam, en het gewraakte gedrag heeft zich hier voorgedaan. Buiten Nederland bestaan er voor de Nederlandse bandenhandelaren geen voldoende zekere en permanente bevoorradingsmogelijkheden voor Michelin-banden. In de overige landen van de gemeenschappelijke markt kunnen zij Michelinbanden immers alleen verkrijgen bij andere wederverkopers en niet bij de ondernemingen behorend tot de groep Michelin.

B. De machtspositie

35. De NBIM is in staat zich ten opzichte van concurrenten en afnemers op de betrokken markt zo onafhankelijk te gedragen dat zij, met een geheel van alleen haar toegankelijke middelen, de daadwerkelijke mededinging op een wezenlijk deel van de gemeenschappelijke markt kan verhinderen en zodoende de handel tussen Lid-Staten ongunstig kan beïnvloeden.

Deze machtspositie blijkt reeds uit het grote marktaandeel van de NBIM mede in vergelijking met de positie op de markt van haar belangrijkste concurrenten. De hierboven (randnummer 15) vermelde cijfers tonen voor nieuwe Michelin-banden voor vrachtwagens en autobussen in de jaren 1975-1980 een marktaandeel van 57-65 %. In dezelfde periode bedroegen de marktaandelen van de vijf belangrijkste concurrerende merken slechts ongeveer 8-4 %. Hieruit volgt dat de zware Michelin-banden duidelijk een overheersende positie op de markt innemen. Dit brengt met zich dat een handelaar die geen Michelin-banden te koop aanbiedt commercieel prestigeverlies lijdt en dat zijn bestaan gevaar kan lopen.

De fabrikant die een produkt met een dergelijke marktpositie verkoopt is op zich in staat in zijn betrekkingen met de handelaren voorwaarden toe te passen, die niet noodzakelijkerwijs overeenkomen met die welke zouden gelden op een markt waar de mededinging doeltreffend werkzaam is. Zoals dikwijls het geval is in situaties als de hier onderzochte, steunt de vaststelling van het bestaan van een machtspositie mede op het bewijs van het misbruik ervan.

36. Bij de beoordeling van de machtspositie van de NBIM moet ook rekening worden gehouden met het feit, dat zij over een veel groter aantal vertegenwoordigers, met een vooral commerciële en daarnaast technische taak, beschikt dan haar concurrenten. Hierdoor is de NBIM in staat haar positie op de markt optimaal te verdedigen in de zekerheid, dat haar concurrenten niet de mogelijkheid hebben een zelfde intensieve tegenwoordigheid tegenover de uiteindelijke verbruikers te verwezenlijken.

Ten slotte blijkt de machtspositie van de NBIM uit de omstandigheid dat zij in vergelijking tot de overige producenten een zeer uitgebreid gamma bandentypen op de markt brengt. Voor vele (minder courante) typen en afmetingen kan de handelaar slechts banden van het merk Michelin aanbieden, hetgeen de NBIM ook bij de meest gevraagde typen en afmetingen een sterke positie ten opzichte van de handelaar verschaft.

C. Het misbruik

37. Het commerciële gedrag van de NBIM vormt misbruik van machtspositie. Het beperkt namelijk de vrijheid van keuze van de handelaren en brengt ongelijke behandeling van de bandenhandelaren met zich. Bovendien wordt de markttoegang van andere bandenproducenten beperkt.

Dit gedrag heeft de volgende kenmerken :

a) het toepassen van een kortingssysteem dat is gebaseerd op individueel en selectief per handelaar vastgestelde bonussen die gekoppeld zijn aan het behalen van door de NBIM in overleg met de handelaar aan het begin van elk jaar bepaalde individuele verkoop „doelen" ;

b) het tot 1980 niet schriftelijk, maar slechts mondeling mededelen en bevestigen van de voor iedere handelaar geldende „doelen" en bonuspercentages ;

c) het in het jaar 1977 koppelen van de beloning voor zware banden aan de aankoop van lichte banden.

a) *Het kortingssysteem*

38. Het kortingssysteem heeft duidelijk ten doel de handelaren nauw aan de NBIM te binden en derhalve de toegang tot de markt voor andere producenten te bemoeilijken. De verschillende bonificaties hangen samen met een aan het begin van elke jaarlijkste verkoopcampagne per handelaar, dus op individuele en selectieve basis vastgesteld afzet-„doel". Deze „doelen" worden doorgaans op een zodanig peil vastgesteld, dat zij zelfs in een slechte conjuncturele situatie hoger zijn dan de gerealiseerde aankopen in het voorafgaande jaar. Hieruit resulteert een grote druk op de handelaren om zichzelf ieder jaar ten gunste van de verkoop van het merk Michelin te overtreffen. De druk op de handelaar om Michelin-banden te kopen wordt in de loop van het jaar en vooral tegen het eind van het jaar steeds groter, omdat hij zijn afzet„doel" tracht te bereiken en de hoogst mogelijke bonus wil behalen.

Deze druk wordt nog verhoogd door het regelmatige bezoek van de vertegenwoordigers van de NBIM die tot taak hebben ter plaatse stelselmatig directe controle op het bereiken van de „doelen" en op de daarmee samenhangende positie van de NBIM in vergelijking tot die van de concurrenten (de z.g. „température Michelin") uit te oefenen. Het verweer van de NBIM dat zij bij gebrek aan officiële statistische gegevens in Nederland betreffende de verkoop van de verschillende bandenmerken wel verplicht is, deze bij haar klanten te schatten, kan niet opgaan. Uit de door de Commissie verzamelde gegevens blijkt dat deze zogenaamde „schatting" berust op een echte enquete, d.w.z. op een directe en persoonlijke ondervraging van de handelaren door de vertegenwoordigers van de NBIM. Dat vanaf 1977 de eertijds gebezigde term „température Michelin" niet meer wordt gebruikt doet in dit verband niet ter zake. Het gebruik, en zelfs voorschrift aan de vertegenwoordigers, het aandeel van het merk Michelin in het totaal van de aankopen van de betreffende handelaar uit te drukken in procenten, is immers tot heden gebleven en heeft dezelfde strekking.

39. Deze organisatorische binding van de onafhankelijke handel aan de NBIM die hieruit voortvloeit, wordt nog versterkt door de structuur van het kortingssysteem. Uit de tabel onder randnummer 22 en de daarop gegeven toelichting blijkt dat de afnemershandelaren van de NBIM in tegenstelling tot die van de leveranciers van andere banden tot 1979 slechts een beperkt deel van de hun toegezegde totale korting onmiddellijk in de vorm van factuurkorting konden incasseren. De voorschotbonus, (het resterende deel van) de jaarbonus, de automatische maandbonus en de viermaandbonus zouden bij normale ontwikkeling van de handelsrelaties zeker volgen, maar werden intussen door de NBIM regelmatig als drukmiddel gebruikt (zie randnummer 24). Weliswaar suggereert de tabel in 1978 en 1979 een progressieve vereenvoudiging van het systeem, waardoor de vrijheid van handelen van de NBIM beperkter zou zijn geworden. Dit is echter slechts waar, voor zover het de maandelijkse voorschotbonus betreft, die uiteraard met het verhogen van de direct gegeven factuurkorting zijn bestaansreden verloor.

Wat de andere bonussen betreft moet worden onderstreept dat de wijzigingen in 1978 en 1979 vooral van optische aard zijn. Zoals reeds vermeld (randnummer 22) was de ruimte, waarbinnen de NBIM in haar kortingspraktijk van vóór 1978 manoeuvreerde, veel kleiner dan die welke wordt gesuggereerd door de vermelde percentagemarges. Bovendien werd het kortingssysteem in 1979 nog verzwaard door de invoering van een aan het halen van een aan afzet-„doel" gekoppelde viermaandbonus.

40. Dit door een onderneming met een machtspositie toegepaste stelsel, dat tot gevolg heeft onafhankelijke handelaren organisatorisch en commercieel nauw aan zich te binden, vormt een misbruik in de zin van artikel 86, omdat het onverenigbaar is met het doel van artikel 3, sub f) van het Verdrag, namelijk dat de mededinging binnen de gemeenschappelijke markt niet mag worden vervalst.

41. Bovendien heeft de door de NBIM toegepaste politiek van selectieve bonussen discriminaties als bedoeld in artikel 86, sub c), ten gevolge. De Commissie heeft geconstateerd dat uiteenlopende bonussen worden verleend aan handelaren die zich in een vergelijkbare positie bevinden. De kortingen, die de wederverkoper ten deel vallen, corresponderen geenszins met in economische zin objectief gepresteerde en constateerbare diensten. De toegepaste criteria zijn duidelijk subjectief en essentieel gebaseerd op de aan de NBIM bewezen trouw. Door middel van haar politiek van individueel bepaalde kortingen past de NBIM ten opzichte van haar handelspartners ongelijke voorwaarden toe bij gelijkwaardige prestaties, hun daarmede ongerechtvaardigd voordeel dan wel nadeel berokkenend bij de mededinging. In ieder geval beschikt de NBIM door deze politiek over een mogelijkheid tot discriminatie.

42. In haar antwoord op de punten van bezwaar van de Commissie bestrijdt de NBIM dat het kortingssysteem een misbruik vormt in de zin van artikel 86, door er allereerst op te wijzen dat de kortingen en de „doelen" een variante op hoeveelheidskortingen zijn.

Inderdaad zijn de kortingen van de NBIM met het behalen van een duidelijk omschreven omzet in aantallen en/of guldens verbonden. In zoverre bevat het kortingssysteem elementen die van kwantitatieve aard lijken te zijn. De Commissie heeft echter vastgesteld dat voor vergelijkbare aangekochte hoeveelheden aan de klanten bijna nooit gelijke of vergelijkbare kortingen worden gegeven. De bonussen zijn slechts hoeveelheidskortingen binnen het strikt individuele kader van elke klant afzonderlijk. De hoogte ervan is dus niet gebaseerd op objectieve criteria die voor alle kopers gelden. De bonussen zijn de uitdrukking door de NBIM van haar individuele waardering voor de prestaties van de individuele handelaar. De wijze van vaststelling en afrekening van deze bonussen is zodanig dat de NBIM vooraf een greep verkrijgt op de inzet van de handelaar ten gunste van de afzet van de in het geding zijnde Michelin-banden uiteraard ten koste van diens inspanning voor andere merken. De mogelijkheid tot discriminatie tussen handelaren, die de NBIM zich verschaft, schrikt deze handelaren af van bevoorrading bij andere producenten ten koste van hun aankopen bij de NBIM. Derhalve kunnen de kortingen niet gelijkgesteld worden aan de normaal in de handel gebruikelijke hoeveelheidskortingen die een beloning achteraf vormen volgens tevoren vastgestelde, objectieve en algemeen bekende criteria.

43. Verder wijst de NBIM erop, dat het maximumverschil in korting in de jaren 1975-1978 tussen een kleine handelaar en een grote niet meer dan 2,55 % bedroeg. Dit verschil wordt als marginaal gekenschetst en van een te verwaarlozen invloed op de mededinging. Zonder zich te verdiepen in een gedetailleerde analyse van dit percentage — merkt de Commissie op, dat zij deze opvatting niet deelt. Ten eerste is in de bandenhandel algemeen bekend dat elk procent meer of minder van doorslaggevende invloed kan zijn voor de rentabiliteitspositie van de wederverkoper en dit in het bijzonder als het gaat om de in de onderlinge concurrentie tussen handelaren zo gezochte band als die van het merk Michelin. Vervolgens is niet in te zien waarom de NBIM haar kortingspolitiek met zoveel geheimzinnigheid zou omgeven indien de manoeuvreermarge voor haar afzetpolitiek onbetekend was — tenzij men moet aannemen dat de ondoorzichtigheid de handel misleidend moet suggereren dat de speelruimte veel groter is. Verder heeft de Commissie kunnen vaststellen dat vóór verschillende zogeheten „toernees" de vertegenwoordigers van de NBIM worden geïnstrueerd de handelaren duidelijk te maken hoeveel hun inkomstenderving zal bedragen als zij in dat jaar, half jaar of kwartaal niet nog een laatste bestelling plaatsen. Deze instructie zou elke zin missen indien het niet om een voor de handelaren voelbaar bedrag ging ook al is dit soms nauwelijks een procent. Ten slotte presenteerde de NBIM als verklaring voor de hierboven in randnummer 27 vermelde extra-jaarbonus van 0,5 % zijn verlangen de handelaren in de gelegenheid te stellen hun inkomstenvermindering tengevolge van tijdelijke schaarste in vrachtwagenbanden goed te maken. Hiermede bewijst de NBIM zelf dat fracties van procenten commercieel bijzonder relevant zijn, en dus a fortiori 2,55 %. Deze vaststelling geldt overigens niet slechts het aspect „sanctie bij het niet bereiken van het vooropgestelde doel" maar ook dat van de onderlinge discriminatie van handelaren tengevolge van het toekennen van ongelijke bonussen voor vergelijkbare transacties.

44. De stelling van de NBIM, dat het kortingssysteem geoorloofd is omdat het een betere programmering van de werkzaamheden van de leverancier mogelijk maakt, kan evenmin worden aanvaard. Het belang van een dergelijke programmering ook voor een marktbeheersende onderneming vermag niet te prevaleren boven de natuurlijke onzekerheid van het marktgebeuren. Toch is dit het gevolg van het door de NBIM gebruikte stelsel dat de bandenhandelaren in hoge mate remt in de loop van het jaar gebruik te maken van bijzondere aanbiedingen van concurrenten. In dit opzicht zijn de betrokken bonussen te beschouwen als een variante op getrouwheidskortingen. Weliswaar zijn zij niet gekoppeld aan een exclusieve aankoopplicht voor het geheel of een zeer belangrijk gedeelte van de behoeften van de afnemers, maar met dit kortingssysteem verzekert de NBIM toch een maximaal per klant verschillend en door de NBIM zorgvuldig gecontroleerd percentage van de aankopen van de afnemer voor zichzelf.

45. De NBIM voert nog aan dat zij het vaststellen van de bonussen rekening houdt met de mate waarmede de handelaar zich voor de distributie van de betrokken producten inzet. Zij zou zich niet aan discriminatie in de zin van artikel 86, sub c), van het EEG-Verdrag schuldig maken, daar slechts rekening gehouden wordt met de individuele toestand van iedere handelaar. Zoals hierboven gezegd, is het in het licht van de mededingingsregels van het EEG-Verdrag uiteraard geoorloofd, dat een onderneming bij het toekennen van kortingen, bonussen e.d. rekening houdt met de diensten welke de wederverkoper haar verleent bij de afzet van haar produkten. Daarbij kan met name gedacht worden aan de diensten die de wederverkoper aan de eindgebruikers kan verlenen en waarvan zich anders de producent zelf zou moeten kwijten. Ten einde willekeur uit te bannen en controle mogelijk te maken, moeten dan evenwel de voorwaarden waaraan moet worden voldaan om voor de bonus in aanmerking te komen, op objectieve wijze zijn omschreven en ter kennis van de afnemers gebracht. Aan dergelijke criteria dient het NBIM-systeem te worden getoetst wil men vaststellen, dat het niet discriminatoir is. Daar in het kortingssysteem van de NBIM het beslissende element niet zozeer de diensten zijn, die de handelaar aan deze onderneming objectief verleent bij de afzet van Michelin-banden, maar het subjectieve oordeel van de NBIM ten aanzien van de inzet van de handelaar ten voordele van de verkoop van Michelin-banden is deze toetsing hier volledig uitgesloten. Bij deze handelwijze worden handelaren, die zich objectief in gelijke omstandigheden bevinden, onvermijdelijk op ongelijke wijze behandeld. De essentiele mondelinge procedure van vaststelling der bonificaties, hun gecompliceerde karakter, de afwezigheid van inzicht bij de handel in de methodes van de NBIM en dus de afwezigheid van iedere normale controlemogelijkheid, maken het vermijden van discriminatoire situaties derhalve in feite illusoir.

b) *Het niet schriftelijk mededelen van „doelen" en bonussen*

46. De anticoncurrentiële en discriminatoire gevolgen van het kortingssysteem werden nog versterkt door het niet op normaal gebruikelijke wijze schriftelijk mededelen en bevestigen van de voor iedere handelaar geldende „doelen" en bonussen.

47. De „doelen" en de daarmee corresponderende kortingen of „bonussen" werden tot 1980 slechts mondeling aan het begin van het jaar door een vertegenwoordiger van de NBIM persoonlijk aan iedere handelaar medegedeeld. Deze belangrijke gegevens werden slechts bij hoge uitzondering, in elk geval nooit systematisch, schriftelijk door de NBIM bevestigd. Deze praktijk had dan ook ten gevolge dat regelmatig moeilijkheden voorkwamen waarbij de handelaren sterk afhankelijk werden van de eenzijdige interpretatie door de NBIM. De uit de afwezigheid van schriftelijke bevestiging resulterende onzekerheid werkt uiteraard, gezien haar marktpositie en de relatieve economische zwakheid van de individuele handelaren, uitsluitend in het belang van de NBIM.

De Commissie heeft vanzelfsprekend op zich geen principiële bezwaren tegen een slechts mondelinge mededeling van verkoopcondities. Indien deze methode echter wordt toegepast door een marktbeheersende onderneming, en bovendien de condities die zij toepast van bijzonder complexe aard zijn en zich — zoals in het onderhavige geval bewezen — gemakkelijk lenen tot misverstanden, ontstaat uit een dergelijke combinatie van factoren een gedrag dat misbruik oplevert. Gezien het ingewikkelde kortingssysteem maakte de niet schriftelijke bevestiging van bonussen en „doelen" het voor de handelaar nog eens extra moeilijk de door de belangrijkste procudent aangeboden netto-aankoopprijs nauwkeurig te vergelijken met de door anderen aangeboden prijs. Als element van de commerciële politiek van een onderneming met een machtspositie wordt door deze afwezigheid van schriftelijke bevestiging de bewegingsvrijheid van deze onderneming ten opzichte van haar onmiddellijke afnemers vergroot en de neiging van de handelaren om zich bij concurrerende producenten te bevoorraden verminderd. Een versterking van het anticoncurrentiële gevolg van het kortingssysteem is hiervan het resultaat.

c) *Het cumulatief effect van a) en b).*

48. Het klaarblijkelijke doel van de politiek van de NBIM is de bandenhandelaren zo nauw mogelijk aan zich te binden. De basis hiervoor is het kortingssysteem. Bovendien weten de handelaren, dat de veelvuldige contacten van de vertegenwoordigers met de bandengebruikers de NBIM de mogelijkheid geven invloed uit te oefenen op de keuze van een handelaar door deze gebruikers. Derhalve zullen de handelaren in het algemeen des te meer geneigd zijn rekening te houden met de wensen van de NBIM.

Dit kortingssysteem is van dusdanige aard dat het slechts door een onderneming in marktbeheersende positie kan worden toegepast. Wederverkopers zouden dit systeem nooit aanvaarden indien het door andere producenten werd toegepast. De concurrenten van Michelin gebruiken een vergelijkbaar systeem dan ook

niet en zijn niet in de mogelijkheid zich van dergelijke handelwijzen te bedienen.

49. De door de commerciële politiek van de NBIM bewerkstelligde binding van afnemers aan een leverancier die een machtspositie bezit, vormt misbruik in de zin van artikel 86. De gedragingen van de NBIM „kunnen (invloed) uitoefenen op de structuur van een markt waar, juist door de aanwezigheid van (de dominerende) onderneming, de mededinging reeds verflauwde en leidt ertoe dat de handhaving of ontwikkeling van de nog bestaande marktconcurrentie met andere middelen dan (die welke) bij een op basis van ondernemersprestaties berustende normale mededinging — met goederen of diensten — in zwang zijn, wordt tegengegaan" (1).

Het gewraakte gedrag heeft tot gevolg dat de mededinging tussen bandenproducenten wordt vervalst. Het is erop gericht de neiging bij handelaren, zich te bevoorraden bij concurrererende fabrikanten te beperken. De toegang tot de Nederlandse markt wordt de concurrenten van de NBIM moeilijker gemaakt op een wijze die onder normale marktverhoudingen niet mogelijk is.

d) *Extra-bonus voor lichte banden en zware banden in 1977*

50. De NBIM heeft voor het jaar 1977 een extra bonus van 0,5 % voor lichte banden en zware banden ingevoerd en deze gekoppeld aan het behalen van een vastgesteld „doel" voor de aankopen van lichte Michelin-banden. Deze handelwijze vormt eveneens een misbruik in de zin van artikel 86, omdat daarmede de kortingen voor de aankoop van zware banden gekoppeld werden aan een bepaalde prestatie voor lichte banden. Daar lichte en zware banden tot geheel verschillende markten behoren is het in beginsel niet anvaardbaar het verlenen van een extra-bonus voor de aankoop van zware banden te onderwerpen aan de voorwaarde dat een bepaalde hoeveelheid lichte banden — die dikwijls hoger lag dan het in het voorafgaande jaar bereikte aantal en in enkele gevallen zelfs hoger dan het maximum jaar-„doel" voor lichte banden — is aangekocht. Door een dergelijke koppeling toe te passen heeft de NBIM haar machtspositie op één markt gebruikt met het enige doel haar reeds aanzienlijke positie op een andere markt nog verder te versterken. Deze praktijk beoogde immers en had tot gevolg de handelaren aan te zetten het gestelde aankoop-„doel" in lichte banden te behalen op straffe van financieel nadeel ook over de verkoop van zware banden. Het door de NBIM aangevoerde argument dat de handelaren gecompenseerd moesten worden voor het nadeel dat zij ondervonden ten gevolge van een tijdelijke schaarste voor vrachtwagenbanden, gaat niet op. Dit doel had immers ook met andere middelen bereikt kunnen worden.

(1) Arrest van het Hof van Justitie van 13 februari 1979, zaak 85/76 (Hoffmann-La Roche v. Commissie), Jur. 1979, blz. 541.

D. De ongunstige beïnvloeding van de handel tussen Lid-Staten

51. Het door de NBIM toegepaste kortingssysteem kan de handel tussen de Lid-Staten ongunstig beïnvloeden daar het door het leggen van sterke banden tussen de marktbeheersende leverancier en de handelaren de aankoopvrijheid van deze laatsten inperkt. Het gehele systeem van de NBIM is gericht op prestatieverhoging bij de handelaren ten gunste van zichzelf en dus op verhindering van het plaatsen van orders bij andere producenten. Deze fabrikanten zijn voor een groot deel (randnummer 15) binnen de gemeenschappelijke markt gevestigd en hebben hier belangrijke produktie-eenheden, waar de voor de Nederlandse markt bestemde zware banden worden vervaardigd. Hun mogelijkheden op de Nederlandse markt door te dringen worden kleiner omdat door de door het NBIM-systeem teweeggebrachte binding tussen producent en handelaar het marktaandeel van de NBIM nagenoeg gefixeerd wordt, zodat de penetratie op de Nederlandse markt voor zware banden door andere producenten een beperkt percentage niet te boven kan gaan. De gewraakte handelwijze van NBIM en de daaruit voortvloeiende continuering van haar marktaandeel kan dus de vrijheid van handel tussen de Lid-Staten beperken op een wijze die de verwezenlijking van de doelstelling van een eenheidsmarkt tussen de Lid-Staten kan schaden met name door wijziging van de mededelingsstructuur in de gemeenschappelijke markt. De ongunstige uitwerking van het misbruik opleverende kortingssysteem op het handelsverkeer tussen Lid-Staten is aanzienlijk. Het bewijsmateriaal toont aan dat zelfs kleine kortingen door de wederverkopers als doorslaggevend werden beschouwd. De toepassing van het NBIM kortingssysteem en zijn verhouding tot het verwezenlijken van een verkoopdoel waren onzeker. Een gevolg hiervan was dat de wederverkopers zich bevonden voor een pseudo-keuze tussen verkoopinspanning ten bate van andere producenten ofwel ten bate van Michelin en het was niet anders dan natuurlijk dat dan de wederverkopers trachtten hun verkopen van Michelin-banden op te voeren — onvermijdelijk ten koste van de andere producenten — omdat de onzekere en geïndividualiseerde bonussen zeer wel beter konden uitvallen dan de bekende korting die door andere producenten werd verleend. Op deze wijze werd de taak van deze andere producenten, die trachtten vanuit andere landen van de Gemeenschap naar Nederland te verkopen, merkbaar moeilijker gemaakt door de wijze van optreden van de marktbeheersende onderneming.

52. Door het verlenen van een extra-jaarbonus voor zware en lichte banden te koppelen aan het bereiken van een bepaald afzet-„doel" voor lichte banden, heeft de NBIM haar machtspositie op de markt voor nieuwe banden voor vrachtwagens en autobussen gebruikt om haar positie op de markt voor personenwagenbanden te verbeteren. Deze praktijk heeft de concurrenten in hun verkoopmogelijkheden voor lichte banden kunnen benadelen. De fabrikanten van de op de

Nederlandse markt verkochte personenwagenbanden zijn immer eveneens voor het grootste gedeelte gevestigd in de gemeenschappelijke markt en de voor de Nederlandse markt bestemde lichte banden worden — afgezien van een betrekkelijk geringe in derde landen en in Nederland zelf geproduceerde hoeveelheid — door producenten in andere Lid-Staten vervaardigd. De gewraakte handelwijze bemoeilijkte hun afzet van lichte banden in Nederland gedurende een bepaalde periode, waardoor de vrije handel tussen de Lid-Staten ongunstig kan worden beïnvloed.

E. Conclusie

53. Op grond van het bovenstaande is de Commissie van oordeel dat de NBIM in de periode 1975-1980 inbreuk heeft gemaakt op artikel 86 van het Verdrag tot oprichting van de Europese Economische Gemeenschap door op de vervangingsmarkt van nieuwe banden voor vrachtwagens, bussen enz.:

a) met behulp van selectieve kortingen op individuele basis, die afhangen van niet duidelijk schriftelijk bevestigde afzet-„doelen" en kortingspercentages, de bandenhandelaren in Nederland aan zich te binden en te hunnen opzichte ongelijke voorwaarden bij gelijkwaardige prestaties toe te passen, en

b) in 1977 een extra-jaarbonus te verlenen op de aankopen van banden voor vrachtwagens, autobussen enz. en van banden voor personenwagens die afhing van het bereiken van een „doel" voor de aankopen van banden voor personenwagens.

54. De NBIM heeft, bij schrijven van 23 maart 1981, de Commissie laten weten dat zij haar kortingssysteem per 1 januari 1981 heeft gewijzigd in die zin, dat de kortingspercentages gebonden zijn aan een aantallenstaffeling zonder dat daarbij verwezen wordt naar „individuele" doelen. De NBIM handhaaft haar standpunt dat het oorspronkelijk kortingssysteem geen strijd oplevert met artikel 86.

De Commissie behoudt zich het recht voor dit nieuwe systeem op zijn verenigbaarheid met het Verdrag te toetsen. Hierbij zal de Commissie van het standpunt uitgaan dat ieder kortingssysteem van de NBIM voor nieuwe banden voor vrachtwagens, autobussen enz. zodanig dient te zijn opgezet dat, afgezien van acties op korte termijn, geen kortingen worden gegeven die niet rechtstreeks verband houden met een werkelijke kostenvermindering voor de leverancier. De beloningen van de wederverkopers van Michelin-banden moeten overeenstemmen met de functies, die deze handelaren werkelijk uitoefenen en met de diensten die door hen werkelijk worden verleend en die de lasten van de producent verlichten. Voorts moeten kortingssysteem en overeengekomen bonussen duidelijk tegenover iedere handelaar worden bevestigd bij het doen van het aanbod en het sluiten van een verkoopovereenkomst.

III

TOEPASSELIJKHEID VAN ARTIKEL 15, LID 2, VAN VERORDENING Nr. 17

55. Wanneer ondernemingen opzettelijk of uit onachtzaamheid inbreuk maken op artikel 86 van het Verdrag kan de Commissie hen krachtens artikel 15, lid 2, van Verordening nr. 17 geldboeten opleggen van ten minste 1 000 en ten hoogste 1 miljoen rekeneenheden of tot een bedrag van ten hoogste 10 % van de omzet van de betrokken onderneming in het voorafgaande boekjaar, indien bedoeld bedrag hoger is dan 1 miljoen rekeneenheden. Bij de vaststelling van het bedrag van de geldboete moet rekening worden gehouden met de zwaarte en de duur van de inbreuk.

Aan de NBIM moet een geldboete worden opgelegd.

56. De Commissie is immers tot de conclusie gekomen dat de NBIM op zijn minst uit onachtzaamheid inbreuk maakte op artikel 86 van het EEG-Verdrag. Zij heeft een commerciële politiek gevoerd die ten doel en ten gevolge heeft elke individuele handelaar maximaal aan zich te binden met niet oirbare middelen. Bovendien leidt deze politiek tot discriminatie van de handelaren onderling.

De NBIM kan weten dat zij als marktbeheersende onderneming in staat is de toegang tot de Nederlandse markt voor nieuwe zware banden van andere merken te bemoeilijken en met name door haar kortingssysteem ook metterdaad bemoeilijkt.

Dat de NBIM als onderneming met een machtspositie op de Nederlandse vervangingsmarkt van nieuwe banden voor vrachtwagens en autobussen door de beschreven praktijken inbreuk maakt op artikel 86 van het EEG-Verdrag moet haar redelijkerwijze bekend zijn. De beschikkingspraktijk van de Commissie en de jurisprudentie van het Hof van Justitie hebben reeds sedert 1973 duidelijk gemaakt dat een kortingssysteem waardoor, via geldelijke voordelen, door een onderneming met een machtspositie getracht wordt aankoop bij concurrenten te verhinderen, in strijd is met artikel 86. De NBIM kon weten dat het door haar toegepaste systeem, dat beschouwd kan worden als een variante van een getrouwheidskorting, in beginsel dezelfde mededingingsbeperkende uitwerking heeft als een getrouwheidskorting die gekoppeld is aan de verplichting voor de koper zich exclusief ofwel voor een belangrijk deel van zijn behoeften, bij de beheersende onderneming te bevoorraden. Ook de discriminatoire uitwerking van haar kortingspolitiek moet de NBIM bekend zijn geweest. Bij dit alles dient in het oog te worden gehouden dat de NBIM deel uitmaakt van een concern, dat een zodanige positie op de Europese markt inneemt, dat van haar verwacht mag worden, dat zij de ontwikkelingen van het Europese recht met aandacht volgt en er haar beleid op afstemt.

57. Voorts is de Commissie van oordeel dat de NBIM opzettelijk doch in ieder geval uit onachtzaamheid inbreuk heeft gemaakt op artikel 86 van het Verdrag door in 1977 de verlening van een extra-jaarbonus voor de aankopen van zware en lichte

banden te laten afhangen van het bereiken van een „doel" voor de aankopen van lichte banden. Deze maatregel beoogde kennelijk de handelaren ertoe aan te zetten het voor personenwagenbanden gestelde „doel" te bereiken en daarmede het aandeel van Michelin-banden op deze markt te vergroten of tenminste te handhaven. De NBIM heeft geweten of had zich in ieder geval bewust moeten zijn, dat zij daarmede twee volledig gescheiden markten met elkaar verbond en dat zij haar machtspositie op de markt van zware banden gebruikte als prikkel voor een versterking van haar positie op de markt voor lichte banden, hetgeen strijdig is met artikel 86.

58. Aangaande de duur van de inbreuken kan opgemerkt worden dat de Commissie voor de in randnummer 53, sub a), genoemde inbreuk slechts de periode vanaf 1975 tot en met 1980 in aanmerking neemt. Hoewel de commerciële politiek mogelijkerwijze reeds vóór 1975 de binding van de handelaren beoogde, beschikt de Commissie eerst vanaf dit jaar over onomstotelijke bewijzen omtrent de aard van de door de NBIM gevoerde commerciële politiek. Weliswaar zijn in 1978 en 1979 wijzigingen in het kortingssysteem aangebracht, maar de principes — een systeem van per jaar vastgestelde selectieve kortingen die afhankelijk zijn van het behalen van afzet-„doelen" — zijn dezelfde gebleven.

59. De in randnummer 53, sub b), genoemde inbreuk betrof de in het jaar 1977 bij de NBIM verrichte aankopen. De duur van deze inbreuk moet derhalve op een jaar worden gesteld.

60. Bij de beoordeling van de zwaarte van de inbreuken moet allereerst rekening worden gehouden met het feit, dat het gewraakte kortingssysteem een binding aan de NBIM beoogt van de bandenhandelaren in Nederland. Onafhankelijke handelaren worden in een positie gedrongen waarin niet kan worden gesproken van een werkelijk vrij aankoopbeleid.

Voorts dient bedacht te worden dat de selectiviteit van het kortingssysteem tot gevolg heeft, dat de handelaren onderling worden gediscrimineerd. Bepaalde handelaren worden bevoordeeld boven anderen, ofschoon zij zich objectief in een zelfde positie bevinden. De mededinging tussen hen wordt daardoor op kunstmatige wijze beïnvloed, in een richting die de marktbeheersende positie van NBIM nog versterkt met niet op prestatie zijdens de NBIM berustende middelen. Deze commerciële politiek van de NBIM heeft de concurrentieverhoudingen op de Nederlandse markt, zowel tussen bandenproducenten als tussen bandenhandelaars, in aanmerkelijke mate gedurende lange tijd vervalst. De inbreuk dient derhalve als ernstig te worden aangemerkt.

61. Daarentegen dient ten voordele van de NBIM rekening te worden gehouden met de in 1978 en 1979 in het kortingssysteem aangebrachte wijzigingen, die onder handhaving van de grondslagen van het systeem de handelaren enigzins tegemoet komen.

Voorts moet worden opgemerkt dat de NBIM ook haar politiek van niet-bevestiging van kortingen en „doelen" de laatste jaren heeft versoepeld. Handelaren die dit vragen, ontvangen vanaf 1980 van de NBIM een schriftelijke bevestiging van de aan het begin van het jaar „overeengekomen" kortingen en aankoop-„doelen".

62. Het koppelen van de extra-bonus voor de aankoop van zware en lichte banden aan het bereiken van een jaar-„doel" voor de aankopen van lichte banden beschouwt de Commissie eveneens als een inbreuk van ernstige aard. De NBIM heeft daarmede naar aanleiding van de onmogelijkheid harerzijds aan de vraag te voldoen van banden waarvoor zij een machtspositie bezit, getracht de verkopen in een markt van een andere categorie banden, waarvoor haar positie niet zo sterk is, te stimuleren. Ofschoon het percentage van 0,5 % gering lijkt, vormt het toch voor de handelaren een niet onaanzienlijk bedrag zodat deze extra-jaarbonus voor hen zeker aantrekkelijk was. Anders zou de maatregel door NBIM trouwens niet genomen zijn.

63. Bovenstaande overwegingen in aanmerking genomen acht de Commissie het juist voor de twee vastgestelde inbreuken een geldboete op te leggen van 680 000 Ecu.

Voor het vaststellen van de hoogte van de boete heeft zij besloten de totale omzet van de NBIM in aanmerking te nemen, alsmede de ernst van de gewraakte inbreuk en de vasthoudendheid waarmede het kortingssysteem ten opzichte van de wederverkopers is toegepast.

HEEFT DE VOLGENDE BESCHIKKING GEGEVEN:

Artikel 1

De N.V. Nederlandsche Banden Industrie Michelin heeft in de periode 1975-1980 inbreuk gemaakt op artikel 86 van het Verdrag tot oprichting van de Europese Economische Gemeenschap door op de vervangingsmarkt van nieuwe banden voor vrachtwagens, autobussen enz.:

a) met behulp van selectieve kortingen op individuele basis, die afhangen van niet duidelijk schriftelijk bevestigde afzet-„doelen" en kortingspercentages, de bandenhandelaren in Nederland aan zich te binden en te hunnen opzichte ongelijke voorwaarden bij gelijkwaardige prestaties toe te passen en

b) in 1977 een extra-jaarbonus te verlenen voor de aankopen van banden voor vrachtwagens, autobussen enz. en van banden voor personenwagens die afhing van het bereiken van een „doel" voor de aankopen van banden voor personenwagens.

Artikel 2

Aan de N.V. Nederlandsche Banden Industrie Michelin wordt een geldboete opgelegd van 680 000 Ecu of 1 833 184,80 gulden.

Dit bedrag dient in guldens binnen drie maanden na de datum van kennisgeving van deze beschikking te worden overgemaakt op de rekening van de

Commissie van de Europese Gemeenschappen,
nr. 41.60.95.518,
bij de AMRO-Bank,
Rembrandtplein 17,
1000-Amsterdam.

Artikel 3

Deze beschikking vormt executoriale titel overeenkomstig artikel 192 van het Verdrag tot oprichting van de Europese Economische Gemeenschap.

Artikel 4

Deze beschikking is gericht tot de

N.V. Nederlandsche Banden Industrie Michelin,
De Boelelaan 30,
Postbus 7163,
1007 JD Amsterdam,
Nederland

Gedaan te Brussel, 7 oktober 1981.

Voor de Commissie
Frans ANDRIESSEN
Lid van de Commissie