ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

της 12ης Δεκεμβρίου 1983

σχετικά με διαδικασία κατ' εφαρμογή του άρθρου 85 της συνθήκης ΕΟΚ (IV/30.389 — Nutricia/de Rooij και IV/30.408 — Nutricia/Zuid-Hollandse Conservenfabriek)

(Το κείμενο στην ολλανδική γλώσσα είναι το μόνο αυθεντικό)

(83/670/ΕΟΚ)

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ,

Έχοντας υπόψη:

τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας,

τον κανονισμό αριθ. 17 (της 6ης Φεβρουαρίου 1962), πρώτος κανονισμός εφαρμογής των άρθρων 85 και 86 της συνθήκης [1], όπως τροποποιήθηκε τελευταία από την πράξη προσχώρησης της Ελλάδας, και ιδίως το άρθρο 3 παράγραφος 1 και το άρθρο 6,

τις κοινοποιήσεις προς την Επιτροπή σύμφωνα με το άρθρο 4 του κανονισμού αριθ. 17, στις 30 Ιουνίου και 17 Ιουλίου 1981 από την NV Verenigde Bedrijven Nutricia, με έδρα το Zoetermeer, των συμφωνιών που η ανωτέρω είχε συνάψει με την Drs F.A. de Rooij, με έδρα το Amersfoort, και την Zuid-Hollandse Conservenfabriek, με έδρα τη Breda, στις 31 Αυγούστου 1979 και στις 6 Ιουνίου 1980,

την αίτηση εξαιρέσεων συμφωνιών βάσει του άρθρου 85 παράγραφος 3 της συνθήκης ΕΟΚ που υποβλήθηκε στην Επιτροπή, τις ίδιες ημερομηνίες όπως παραπάνω, από την Nutricia,

την απόφαση της Επιτροπής της 3ης Νοεμβρίου 1982 περί κινήσεως της διαδικασίας στις υποθέσεις αυτές,

τους ισχυρισμούς των επιχειρήσεων στις οποίες δόθηκε η ευκαιρία να απαντήσουν στις αντιρρήσεις που προβλήθηκαν από την Επιτροπή εναντίον τους, σύμφωνα με το άρθρο 19 παράγραφος 1 του κανονισμού αριθ. 17 και τον κανονισμό αριθ. 99/63/ΕΟΚ της Επιτροπής της 25ης Ιουλίου 1963 σχετικά με το δικαίωμα ακροάσεως που προβλέπεται από το άρθρο 19 παράγραφοι 1 και 2 του κανονισμού αριθ. 17 [2],

τη γνώμη της Συμβουλευτικής Επιτροπής Συμπράξεων και Δεσποζουσών Θέσεων,

Εκτιμώντας τα ακόλουθα:

I. ΤΑ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΑ

(1) Οι κοινοποιήσεις αφορούν ορισμένες ρήτρες μη ανταγωνισμού που περιέχονταν στις συμφωνίες πωλήσεως από την NV Verenigde Bedrijven Nutricia (στο εξής «Nutricia») δύο θυγατρικών εταιρειών της: της Remia BV στην Drs de Rooij και της Luycks Producten BV στην Zuid-Hollandse Conservenfabriek (στο εξής «Zuid»). (Οι πωληθείσες εταιρείες στο εξής θα αναφέρονται σαν «Remia» και «Luycks» ή «New Remia» και «Luycks-Zuid», ανάλογα με το εάν πρόκειται για αναφορές γεγονότων που συνέβησαν πριν ή μετά τις κοινοποιηθείσες στην Επιτροπή εκχωρήσεις.)

(2) Η Nutricia που κατασκευάζει παιδικές τροφές και διαιτητικά προϊόντα απέκτησε τις δύο θυγατρικές το 1974. Η Remia, η οποία ανήκε πριν από το 1974 στην οικογένεια de Rooij, κατασκεύαζε σάλτσες, μαργαρίνη και ψηστικά υλικά. Η Luycks επίσης κατασκεύαζε σάλτσες, τουρσιά και άλλα καρυκεύματα, κυρίως ξίδι και μουστάρδα.

(3) Με την απόκτηση της Remia και της Luycks, η Nutricia συγκέντρωσε τις υπηρεσίες πωλήσεων ενώ διατήρησε αρχικά την υπάρχουσα δομή παραγωγής. Οι υπηρεσίες πωλήσεων για όλο τον όμιλο της Nutricia ανατέθηκαν σε τέσσερις διευθύνσεις, από τις οποίες δύο ήταν οι υπηρεσίες πωλήσεων της Luycks για σάλτσες, τουρσιά και καρυκεύματα και οι άλλες ήταν οι υπηρεσίες πωλήσεως της Remia για λάδια, λίπη και για τις εξαγωγές των προϊόντων όλου του ομίλου.

(4) Μετά από μερικά χρόνια επικερδούς λειτουργίας, η Luycks εμφάνισε ζημίες το 1977 και η Remia το 1978. Η Nutricia αναδιοργάνωσε το σύνολο της παραγωγής της, σύμφωνα με τις υποδείξεις εμπειρογνωμόνων-συμβούλων, συγκεντρώνοντας την παραγωγή σάλτσας στη Remia και την παραγωγή καρυκευμάτων στη Luycks (η οποία ανέλαβε και την παραγωγή για τουρσιά μιας άλλης θυγατρικής εταιρείας της Nutricia). Η αναδιοργάνωση έγινε εν μέρει και με την ελπίδα ότι η Nutricia θα εύρισκε

(1) ΕΕ, Ειδική Έκδοση, 08/001 της 23. 12. 1983, σ. 25.
(2) ΕΕ αριθ. 127 της 20. 8. 1963, σ. 2268/63.

σύντομα αγοραστές για τις Remia και Luycks, επειδή ήθελε να στραφεί πάλι στην αρχική της παραγωγή των παιδικών τροφών και προϊόντων διαιτητικής.

(5) Η Remia πωλήθηκε στην Drs de Rooij στις 31 Αυγούστου 1979 και η Luycks στις 6 Ιουνίου 1980 στη Zuid. Η Zuid είναι μια εξ ολοκλήρου θυγατρική εταιρεία του ομίλου Campbell, του μεγαλύτερου βορειοαμερικανού παραγωγού για σούπες σε κονσέρβα ή συμπυκνωμένες σε πακέτα. Ο όμιλος Campbell δεν είναι τόσο γνωστός στην Ευρώπη, αλλά αποφάσισε να επεκτείνει τις επιχειρήσεις του. Ήδη έχει έξι εξ ολοκλήρου ή εν μέρει θυγατρικές στην ΕΟΚ: στο Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία, τις Κάτω Χώρες, τη Γερμανία, την Ιταλία και το Βέλγιο.

Οι αγορές

(6) Λεπτομερείς και συγκρίσιμες στατιστικές μελέτες για τις αγορές τουρσιών και σάλτσας δεν είναι διαθέσιμες. Αν και οι αγορές ελέγχονται από μεγάλες εταιρείες, υπάρχουν πολλοί μικροί παραγωγοί και επίσης μια τάση στις περισσότερες χώρες της ΕΟΚ, περιλαμβανομένης και της Ολλανδίας, για μεγαλύτερη συγκέντρωση της αγοράς στα χέρια των χονδρεμπόρων, που επέτρεψε μεγάλο τμήμα του εμπορίου να αναφέρεται στην αγορά που είναι γνωστή σαν «δικά μας προϊόντα» (own brands). Πρόκειται για προϊόντα που παράγονται ανώνυμα, χωρίς σήμα και φέρουν την εμπορική επωνυμία του χονδρέμπορου και όχι του παραγωγού. Ως εκ τούτου, το τμήμα της αγοράς των παραγωγών δεν είναι πάντοτε γνωστό με ακρίβεια.

(7) Η παραγωγή αυτών των προϊόντων δεν είναι δύσκολη και η τεχνολογία είναι πολύ γνωστή. Από τεχνικής απόψεως η πρόσβαση στην αγορά είναι εύκολη. Ούτε όλες οι σάλτσες ούτε και όλα τα καρυκεύματα είναι υποκατάστατα μεταξύ τους και υπάρχουν επιπλέον μεγάλες κατά περιοχή διαφορές στις γεύσεις και στις μορφές κατανάλωσης.

(8) Εκτός από το εμπόριο προϊόντων «δικά μας προϊόντα», οι σάλτσες και τα καρυκεύματα διανέμονται στην αγορά μέσα από δύο κανάλια: την αγορά του λιανεμπόριου και την αγορά των μεγαλοκαταναλωτών, δηλαδή ξενοδοχεία, εστιατόρια και νοσοκομεία.

Η αγορά του λιανεμπόριου χαρακτηρίζεται από συσκευασίες μικρού μεγέθους και, γενικά, μεγάλα περιθώρια τιμών για να αποσβεσθούν τα σημαντικά έξοδα προωθήσεως πωλήσεων. Τα προϊόντα με το σήμα μιας εταιρείας στηρίζονται στην εύκολη αναγνώρισή τους από τον πελάτη, στην πίστη του προς αυτά και στην παρακίνηση των ενδιαφερόντων του καταναλωτή. Οι καινοτομίες είναι πολύ σπάνιες· πάντως, όταν υπάρξουν, υποστηρίζονται με εκτεταμένη διαφήμιση. Σαν αποτέλεσμα, οι μικρές επιχειρήσεις μειονεκτούν στην πώληση επωνύμων προϊόντων. Η επιθετική διαφήμιση ενός επώνυμου προϊόντος είναι δυνατό να προκαλέσει τη διάδοση του προϊόντος γενικά και ειδικότερα της διαφημιζόμενης επιχείρησης, ο κύριος όμως σκοπός, του οποίου η πραγματοποίηση επιδιώκεται, είναι η αλλαγή της προτίμησης του καταναλωτή και, κατά συνέπεια, των συνθηκών της αγοράς.

Η αγορά των μεγαλοκαταναλωτών χαρακτηρίζεται από συσκευασίες μεγάλου μεγέθους, μεγάλες πωλήσεις με μικρά περιθώρια τιμών, αλλά μικρά έξοδα διαφημίσεως.

(9) Η Nutricia υπολόγισε το 1978 ότι η Remia είχε ...% (1) της ολλανδικής αγοράς των μεγαλοκαταναλωτών για σάλτσες, ενώ η Luycks είχε ...% αυτής της αγοράς και ...% των πωλήσεων «δικά μας προϊόντα». Εάν το πρόγραμμα εμπορίας για το 1977/78 έπαιρνε υπόψη του οκτώ ανταγωνιστές αυτής της αγοράς, οι τέσσερις μεγαλύτερες επιχειρήσεις έχουν ένα συνδυασμένο ποσοστό της τάξεως του 65 %. Στην ίδια περίοδο η Luycks υπολόγιζε ότι είχε ...% της ποσότητας πωλήσεων στην Ολλανδία για τα μικρά (ασημένια) κρεμμυδάκια, ...% για τα αγγουράκια, ...% της μουστάρδας και ...% των πωλήσεων ξιδιού. Το έτσι υπολογιζόμενο ποσοστό πωλήσεων δεν άλλαξε πολύ το 1980/81 (μετά την πώληση στην Zuid).

Εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών

(10) Για τις τρεις βασικές ομάδες προϊόντων οι Κάτω Χώρες είναι υπεύθυνες για ένα σημαντικό τμήμα του ενδοκοινοτικού εμπορίου, με εισαγωγές το 1982 της τάξεως των 11 εκατομμυρίων ECU και εξαγωγές των 37 εκατομμυρίων ECU (βλέπε πίνακα). Το 1977 και, η Luycks εξήγαγε στη Γερμανία σάλτσες αξίας ... εκατομμυρίων Fl (... ECU) και ... εκατομμυρίων Fl (... ECU) αντίστοιχα, δηλαδή υπήρξε μια ουσιαστική αύξηση της τάξεως του 65 %.

(1) Στο δημοσιευμένο κείμενο της παρούσας απόφασης, ορισμένοι αριθμοί παρελείφθησαν σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 21 του κανονισμού αριθ. 17 περί μη αποκαλύψεως επαγγελματικών απορρήτων.

ΠΙΝΑΚΑΣ

Μερίδιο της Ολλανδίας στην ενδοκοινοτική αγορά σαλτσών και τουρσιών

(1982)

	Τουρσιά και αγγουράκια		Σάλτσα τομάτα		Άλλες σάλτσες και καρυκεύματα	
	Ποσότητα (τόνοι)	Αξία (χιλιάδες ECU)	Ποσότητα (τόνοι)	Αξία (χιλιάδες ECU)	Ποσότητα (τόνοι)	Αξία (χιλιάδες ECU)
Ενδοκοινοτικές εξαγωγές	27 661	18 352	38 840	33 031	49 666	78 450
Εισαγωγές στις Κάτω Χώρες από την ΕΟΚ	4 059	2 734	4 421	4 212	2 531	4 427
%	14,67	14,89	11,38	12,75	5,09	5,64
Ενδοκοινοτικές εξαγωγές	27 207	18 982	47 416	42 719	39 904	62 329
Εξαγωγές από τις Κάτω Χώρες στην ΕΟΚ	11 685	7 561	13 400	12 878	10 823	16 903
%	42,94	39,83	28,26	30,14	27,12	27,11

Πηγή: Στατιστική Υπηρεσία των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, (NIMEXE).

Η θέση της New Remia

(11) Με την εκχώρησή της το 1979, η New Remia είχε το ισχυρό πλεονέκτημα διαμορφωμένων ποσοστών αγοράς, ιδίως στην αγορά μεγάλης κατανάλωσης και ήταν ιδιαίτερα ισχυρή στην αγορά του λιανικού εμπορίου στις σάλτσες για πατατάκια (τσιπς). Δεν είχε ισχυρή θέση πωλήσεων στην αγορά του λιανεμπορίου, γιατί οι σχετικές δυνάμεις ήταν συγκεντρωμένες. Η New Remia ανέλαβε ορισμένες από τις υπάρχουσες αρμοδιότητες πωλήσεων της Nutricia και το ότι δεν τις ανέλαβε όλες οφείλεται σε δική της καθαρά επιλογή.

(12) Γνωστά σήματα της αγοράς έχουν μια σπουδαιότητα και, όπως θα δειχθεί, η New Remia πήρε την άδεια να χρησιμοποιήσει το σήμα της Luycks για μια περίοδο, κατά την οποία θα χρησιμοποιούσε το σήμα για να κρατήσει τους πιστούς πελάτες της Luycks μέχρις ότου εισαγάγει μια νέα επωνυμία που θα το αντικαταστήσει. Αυτό που επέλεξε η New Remia ήταν το «Macmillan», σήμα που χρησιμοποιούσε η Luycks μέχρι το 1977 για τη χονδρική (όχι πολυτελείας) αγορά. Η Nutricia βεβαίως δεν μπορούσε να εκχωρήσει το σήμα «Luycks» στη New Remia, επειδή επιθυμούσε να συνεχίζει να χρησιμοποιεί το σήμα στα τουρσιά και σε άλλα καρυκεύματα. Η Επιτροπή παρατήρησε ότι η New Remia εγκατέλειψε τη χρήση του σήματος «Luycks» χωρίς μεταβατική περίοδο ταυτόχρονης χρήσεως με το «Macmillan», το οποίο θα μπορούσε, ενδεχόμενα, να βοηθήσει την πελατεία να δεχθεί την υποκατάσταση ενός σήματος με ένα άλλο.

(13) Το 1981/82, η New Remia είχε περίπου το ...% του όγκου πωλήσεων της σάλτσας για πατατάκια (περιλαμβανομένου του τομέα του λιανικού εμπορίου, αποκλειομένου όμως του τομέα «δικά μας προϊόντα»). Οι πλησιέστεροι ανταγωνιστές της είχαν, σύμφωνα με τους υπολογισμούς των μερών, περίπου ...% και ...% αντίστοιχα. Η New Remia καθόλου ή ελάχιστα εμφανίζεται στις επιμέρους αγορές για τους άλλους τύπους σάλτσας, όπως κρέμα σαλάτας, μαγιονέζα, τομάτα κέτσαπ και άλλες σάλτσες φαγητού. Δύο άλλες επιχειρήσεις ελέγχουν το μισό της αγοράς μαγιονέζας, και τρεις το μισό της αγοράς της κρέμας σαλάτας.

(14) Η New Remia φαίνεται να έχει διατηρήσει το προηγούμενο τμήμα της αγοράς της Luycks στον τομέα «δικά μας προϊόντα», αλλά είχε λιγότερες επιτυχίες στο να διατηρήσει το τμήμα της αγοράς της Luycks στην αγορά προϊόντων με σήμα. Οι πωλήσεις της φάνηκε να επηρεάζονται σοβαρά από το γεγονός της ανάγκης αλλαγής του σήματος σε δύο χρόνια. Φαίνεται ότι η New Remia δεν κατόρθωσε να διατηρήσει όλους τους παλιούς πελάτες της Luycks από τη στιγμή που άρχισε να χρησιμοποιεί το σήμα «Macmillan».

Η θέση της Luycks-Zuid

(15) Ελάχιστες πληροφορίες προσεκόμισε η Luycks-Zuid σχετικά με τη σημερινή θέση. Στη Nutricia υποδείχθηκε από τους εμπειρογνώμονες, πριν αποφασισθεί η πώληση στην Zuid, ότι η αρχική σειρά

από τουρσιά και καρυκεύματα που παράγονται και πωλούνται από τη Luycks δεν θα ήταν βιώσιμη εκτός εάν νέα τουρσιά μπορούσαν να προστεθούν στην παραγωγή. Αυτή η συμβουλή φαίνεται ότι ήταν σωστή, γιατί η Luycks-Zuid θέλει τώρα να αρχίσει την παραγωγή σάλτσας. Πάντως, μέχρι τώρα η Luycks-Zuid δεν φαίνεται να πέτυχε αύξηση στο μερίδιο της αγοράς.

Η συμφωνία της 31ης Αυγούστου 1979 περί μεταβιβάσεως της Remia BV στην Drs de Rooij («συμφωνία της σάλτσας»)

(16) Η συμφωνία της σάλτσας προέβλεπε στα άρθρα 3 και 4 ότι, από την 1η Οκτωβρίου 1979, η Nutricia θα μεταβίβαζε τις μετοχές της Remia BV στην Drs de Rooij μαζί με το αποκλειστικό δικαίωμα πωλήσεως καταναλωτικών προϊόντων που παρασκευάζονται από ή για τη Remia και το αποκλειστικό δικαίωμα πωλήσεως στην Ολλανδία σαλτσών που παρασκευάζονται από ή για τη Luycks. Η Nutricia εγγυάται την τήρηση αυτής της ρήτρας εκ μέρους της Luycks. Οι εν λόγω σάλτσες είναι: σάλτσα για πατατάκια, μαγιονέζα, σάλτσα για σαλάτες, σάλτσα με καρυκεύματα, σάλτσα πάπρικας, σάλτσα σατέ, σάλτσα τομάτα κέτσαπ, σάλτσα με κάρρυ, σάλτσα για σασλίκ και μπάρμπεκιου και μείγματα από αυτές τις σάλτσες. Σύμφωνα με το άρθρο 5 της συμφωνίας, η Nutricia αναλαμβάνει την υποχρέωση να απέχει, μέχρι τις 30 Σεπτεμβρίου 1989, από κάθε άμεση ή έμμεση δραστηριότητα που αφορά την παραγωγή ή πώληση σάλτσας στην ολλανδική αγορά. Εγγυάται επίσης την τήρηση αυτής της υποχρεώσεως από τη Luycks. Υπήρχαν ορισμένα δικαιώματα για μια μεταβατική περίοδο, μέχρι την 1η Ιουλίου 1980, σύμφωνα με τα οποία η Luycks μπορούσε να παράγει και πωλεί σάλτσες στο εξωτερικό και την Ολλανδία σε πολύ περιορισμένη κλίμακα.

(17) Σύμφωνα με το άρθρο 6 της συμφωνίας της σάλτσας, δόθηκε στην εταιρεία Drs de Rooij το μη αποκλειστικό δικαίωμα χρήσεως του σήματος «Luycks» για τις πιο πάνω σάλτσες, για δύο χρόνια, που έληξαν την 1η Οκτωβρίου 1981, όσον αφορά σάλτσες για ξενοδοχεία και είδη εστιατορίου.

(18) Κατά τη New Remia, η ρήτρα του μη ανταγωνισμού περιλαμβάνεται στη συμφωνία της σάλτσας λόγω, κυρίως, της ιδιαίτερης διάρθρωσης της εμπορίας και της οργάνωσης των πωλήσεων που εφάρμοζε η Nutricia κατά το χρόνο της συμφωνίας και την οποία διάρθρωση άλλαξε η πώληση της επιχείρησης.

Η συμφωνία της 6ης Ιουνίου 1980 περί μεταβιβάσεως της Luycks Producten BV στην Zuid («συμφωνία για τα τουρσιά»)

(19) Η συμφωνία για τα τουρσιά στην πραγματικότητα περιέχει δύο συμφωνίες: μία συμφωνία πωλήσεως μετοχών (Stock Purchase Agreement), με την οποία η Nutricia πώλησε την επιχείρηση Luycks στην Zuid στις 4 Ιουλίου 1980, και μία συμφωνία ιδρύσεως κοινής θυγατρικής η οποία μεταβιβάζει το κεντρικό τμήμα πωλήσεων από τη Nutricia σε μία κοινή θυγατρική για ένα χρόνο, μέχρι την 1η Ιουνίου 1981.

(20) Η εταιρεία Luycks, ως θυγατρική της Nutricia, δεν ήταν ανεξάρτητη με δικές της δυνάμεις στον τομέα πωλήσεων και, επομένως, αυτός ο διακανονισμός επέτρεψε στη Luycks-Zuid να κερδίσει το μεγαλύτερο δυνατό όφελος στις δραστηριότητές της. Η ρήτρα της μη αποκλειστικής διανομής και πωλήσεως της κοινής θυγατρικής αναφερόταν μόνο στην ολλανδική αγορά και στις εξαγωγές στο Βέλγιο και την Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας. Η Zuid θα έπρεπε να παραχωρήσει τα συμφέροντα που είχε επί της κοινής θυγατρικής την 1η Ιουνίου 1981.

(21) Η ρήτρα IX.1 της συμφωνίας πωλήσεως μετοχών (Stock Purchase Agreement) προέβλεπε ότι η Nutricia απέχει για πέντε χρόνια, άμεσα ή έμμεσα, από οποιαδήποτε παραγωγή ή πώληση τουρσιών ή καρυκευμάτων «στις ευρωπαϊκές χώρες», αλλιώς θα επιβαλλόταν πρόστιμο που ορίζεται στη συμφωνία. Η Nutricia διατήρησε το δικαίωμα να πωλεί χύμα ορισμένα προϊόντα αλλά αποκλειόταν οποιαδήποτε πώληση στο λιανικό εμπόριο ή στην αγορά των μεγαλοκαταναλωτών. Η ρήτρα V.1.F. επέκτεινε στη Luycks-Zuid τον περιορισμό που περιεχόταν στη ρήτρα 5 της συμφωνίας της σάλτσας.

II. ΝΟΜΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ

Α. Άρθρο 85 παράγραφος 1 της συνθήκης ΕΟΚ

(22) Το άρθρο 85 παράγραφος 1 ορίζει ότι είναι ασυμβίβαστες με την κοινή αγορά και απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, όλες οι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων και κάθε εναρμονισμένη πρακτική, που δύνανται να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών και που έχουν ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού εντός της κοινής αγοράς.

(23) Οι συμφωνίες σάλτσας και τουρσιών συνάφθηκαν μεταξύ εταιρειών υπό την έννοια του άρθρου 85 παράγραφος 1. Η Drs de Rooij, που υπέγραψε τη συμφωνία αγοράς της Remia ως μελλοντικός δικαιούχος εκμεταλλεύσεως αυτής της επιχείρησης, αποτελεί επίσης εταιρεία υπό την έννοια του άρθρου 85 παράγραφος 1.

(24) Η ρήτρα 5 της συμφωνίας της σάλτσας, σύμφωνα με την οποία η Nutricia συμφώνησε αφενός να μην παράγει ή πωλεί σάλτσες στην ολλανδική αγορά για δέκα χρόνια και αφετέρου ανέλαβε την υποχρέωση να επεκτείνει τον ίδιο περιορισμό στη Luycks, εμποδίζουν τον ανταγωνισμό στην κοινή αγορά τόσο μεταξύ των μερών όσο και μεταξύ των μερών που απέχουν από ορισμένες ενέργειες και των λοιπών ανταγωνιστών.

(25) Οι ρήτρες V.1.F της συμφωνίας για τα τουρσιά, που επέκτειναν στη Luycks-Zuid τον περιορισμό που είχε επιβληθεί στη Nutricia με τη συμφωνία της σάλτσας, και η ρήτρα IX.1 σύμφωνα με την οποία η Nutricia ανέλαβε να μην παράγει ή πωλεί τουρσιά για πέντε χρόνια στις ευρωπαϊκές χώρες, επίσης περιορίζουν τον ανταγωνισμό κατά την έννοια του άρθρου 85 παράγραφος 1.

Όμως δεν εμπίπτει στο άρθρο 85 παράγραφος 1 κάθε περιορισμός του ανταγωνισμού αυτής της μορφής.

(26) Η Επιτροπή, ήδη, στην απόφαση 76/743/ΕΟΚ Reuter/BASF [1], συνήγαγε ότι όταν η πώληση μιας επιχειρήσεως συνεπάγεται τη μεταβίβαση όχι μόνο των περιουσιακών στοιχείων αλλά επίσης και της φήμης και της πελατείας, τότε πιθανόν να είναι αναγκαίο να επιβληθούν συμβατικοί περιορισμοί του ανταγωνισμού στον πωλητή. Οι συμβατικοί περιορισμοί είναι το νομικό μέσο που θα διασφαλίσει την εκτέλεση των υποχρεώσεων του πωλητή να μεταβιβάσει όλη την εμπορική αξία της επιχειρήσεως.

(27) Πάντως, η προστασία που χορηγείται στον αγοραστή δεν μπορεί να είναι απεριόριστη. Πρέπει να περιορισθεί στο ελάχιστο αντικειμενικά αναγκαίο για τον αγοραστή ώστε να κατορθώνει, με μια ενεργητική ανταγωνιστική συμπεριφορά, να κερδίσει την αγορά που είχε προηγούμενα ο πωλητής της επιχείρησης. Εάν το αντικειμενικά ελάχιστο αναγκαίο φαίνεται σε μια δεδομένη περίπτωση ανεπαρκές, εξαιτίας προηγουμένων διαχειριστικών αποφάσεων του αγοραστή, αυτό δεν αποτελεί λόγο για παράταση της περιόδου προστασίας. Ούτε μπορεί ο πωλητής να εμποδισθεί να ξαναμπεί στην αγορά μετά από αυτή την περίοδο (οποιαδήποτε και αν είναι) όταν, άλλωστε, δεν βρίσκεται σε καλύτερη θέση απέναντι στον αγοραστή απ' ό,τι οποιοσδήποτε άλλος νεοερχόμενος.

(28) Δεν είναι δυνατό να καθορισθεί για όλες τις περιπτώσεις μια περίοδος χρόνου σαν κατάλληλη περίοδος προστασίας. Κάθε περίοδος μη ανταγωνισμού πρέπει να εξετασθεί ειδικά.

Τα στοιχεία σχετικά με την περίοδο που θα μπορούσε να χαρακτηρισθεί αντικειμενικά αναγκαία για τέτοιες ρήτρες μη ανταγωνισμού περιλαμβάνουν:

α) το χρόνο που θα πάρει στον αγοραστή μιας επιχείρησης να δημιουργήσει τη δική του πελατεία·

β) το πόσο συχνά οι καταναλωτές της σχετικής αγοράς αλλάζουν πελάτες και είδη (σε σχέση με την εμπιστοσύνη που δείχνουν προς τον πωλητή τους)·

γ) πόσος καιρός χρειάζεται σε νέα προϊόντα ή νέα σήματα που μπαίνουν στην αγορά να γίνουν δεκτά από τον καταναλωτή·

δ) πόσος καιρός χρειάζεται στον πωλητή, μετά την εκχώρηση της επιχείρησης και χωρίς περιοριστικές ρήτρες, να ξαναμπεί με επιτυχία στην αγορά και να ξανακερδίσει τους παλιούς πελάτες.

(29) Η διάρκεια των παρεπομένων συμφωνιών, όπως το προσωρινό δικαίωμα του αγοραστή να χρησιμοποιεί τα εμπορικά σήματα του πωλητή ή τις υπηρεσίες του πωλήσεως, μπορεί επίσης να είναι ένα χρήσιμο στοιχείο για την περίοδο που απαιτείται ώστε η φήμη και πελατεία του πωλητή να μεταβιβασθεί στον αγοραστή.

(30) Η γεωγραφική έκταση στην οποία ισχύει η ρήτρα μη ανταγωνισμού πρέπει επίσης να περιορισθεί στα πλαίσια που είναι αναγκαία για να επιτευχθεί ο ανωτέρω στόχος. Κατά κανόνα, θα πρέπει να καλύπτει τις αγορές όπου τα σχετικά προϊόντα παρασκευάζονται ή πωλούνται κατά το χρόνο της συμφωνίας.

Οι περιορισμοί στη συμφωνία της σάλτσας

(31) Στη συγκεκριμένη περίπτωση, η Επιτροπή λαμβάνει υπόψη το γεγονός ότι τα σχετικά προϊόντα δεν έχουν ανάγκη υψηλής τεχνολογίας και ότι δεν υπάρχουν άλλα εμπόδια στην αγορά που θα έδιναν το δικαίωμα στον αγοραστή για ειδική προστασία. Τα μέρη σκέφτηκαν προφανώς ότι δύο χρόνια είναι αρκετός χρόνος για τη New Remia να κάνει χρήση του σήματος «Luycks», ενώ θα εισάγει στην αγορά το δικό της σήμα για να κερδίσει την εμπιστοσύνη των πελατών. Η εμπιστοσύνη του νέου πελάτη μπορεί πολύ εύκολα να υποτιμηθεί εάν η

[1] ΕΕ αριθ. L 254 της 17. 9. 1976, σ. 40.

Nutricia (Luycks-Zuid) βρισκόταν σε θέση να επιστρέψει στην αγορά, μετά από απλή απουσία δύο ετών, χρησιμοποιώντας το σήμα «Luycks». Μία επιπλέον περίοδος δύο ετών φαίνεται αντικειμενικά αναγκαία ώστε να επιτραπεί στη New Remia να σταθεροποιήσει τον έλεγχό της στη νέα πελατεία. Υπό αυτές τις περιστάσεις και έχοντας σαν μαρτυρία τις απόψεις των μερών κατά το χρόνο συνάψεως της συμβάσεως, τέσσερα χρόνια φαίνεται να είναι το ανώτερο χρονικό όριο. Οπωσδήποτε δέκα χρόνια δεν είναι αντικειμενικά αναγκαίο και οι ρήτρες της συμφωνίας της σάλτσας απαγορεύονται από το άρθρο 85 παράγραφος 1. Σε ορισμένο βαθμό, το προσωπικό πωλήσεων, που δεν εκχωρήθηκε, αντιπροσώπευε, εξαιτίας των σχέσεων και γνωριμιών, μέρος της φήμης που είχε μεταβιβασθεί, αλλά αυτό το μέρος δεν έγινε δεκτό από τη New Remia και έτσι δεν μπορεί να ζητηθεί προστασία.

(32) Η επέκταση στη Luycks-Zuid του δεκάχρονου περιορισμού της Nutricia δεν μπορεί να γίνει δεκτή αν ο ίδιος περιορισμός δεν μπορεί να γίνει δεκτός για τη Nutricia. Είναι σωστό ότι η Nutricia έδειξε πρόθεση να εγκαταλείψει την αγορά ενώ η Luycks-Zuid είχε την πρόθεση να δεισδύσει στην αγορά τουρσιών, και οι δύο έχουν σχέση μεταξύ τους· επιπροσθέτως η επέκταση της ρήτρας μπορεί να λεχθεί ότι προστατεύει μια σχετικά μικρή εταιρεία εναντίον της θυνατρικής ενός μεγάλου ομίλου. Πάντως ο όμιλος Campbell δεν έχει σπουδαία θέση στην αγορά της σάλτσας ενώ η New Remia έχει τη μεγαλύτερη χωριστή αγορά στην Ολλανδία. Ένας νέος επιθετικός ανταγωνιστής μπορεί, σε οποιαδήποτε περίπτωση, να διεισδύσει και να διατηρηθεί στην αγορά.

Οι περιορισμοί στη συμφωνία για τα τουρσιά

(33) Η περιοχή στην οποία εφαρμόστηκε η ρήτρα του μη ανταγωνισμού στη συμφωνία για τα τουρσιά ήταν οι «ευρωπαϊκές χώρες». Αυτή καλύπτει όλη την Ευρωπαϊκή Κοινότητα, αν και η Luycks κατά το χρόνο της συμφωνίας είχε επιχειρήσεις σε τρία μόνο κράτη μέλη. Περιορισμός που υπερβαίνει την εδαφική περιοχή στην οποία είχε δραστηριότητες ο πωλητής, είναι υπερβολικά ευρύς και, ως εκ τούτου, όχι αναγκαίος. Η Nutricia δεν ήταν γνωστή σε άλλα κράτη μέλη. Συνεπώς δεν θα ήταν αθέμιτο για τον αγοραστή εάν ο πωλητής άρχιζε εμπορικές δραστηριότητες σ' αυτά τα κράτη.

(34) Ο όρος των πέντε ετών που είχε περιληφθεί στη συμφωνία για τα τουρσιά δεν φαίνεται αντικειμενικά αναγκαίος. Με την εκχώρηση προβλεπόταν η απλή μεταβίβαση πελατείας και φήμης. Τα μέρη αναγνώρισαν ότι η Luycks-Zuid χρειαζόταν μόνο ένα χρόνο για να υποκατασταθεί αυτή η ίδια στις συμφωνίες πωλήσεων που η Nutricia είχε παραχωρήσει στη Luycks, όταν η τελευταία ήταν θυγατρική της Nutricia. Λαμβάνοντας υπόψη την ανάγκη για τη Luycks-Zuid να έχει μια συμπληρωματική περίοδο ώστε να μπορέσει να σταθεροποιήσει τον έλεγχό της στην πελατεία, αλλά και παρατηρώντας την ισχυρότερη οικονομική θέση του ομίλου Cambell, φαίνεται επαρκής, για τη Luycks-Zuid, μια περίοδος δύο ετών προστασίας από τον ανταγωνισμό της Nutricia και της New Remia.

(35) Η Επιτροπή, ως εκ τούτου, θεωρεί ότι οι συμβατικοί περιορισμοί του ανταγωνισμού για τη συμφωνηθείσα στις συμφωνίες σάλτσας και τουρσιών διάρκεια και για την εδαφική περιοχή στη συμφωνία για τα τουρσιά, ξεπερνάει το θεωρούμενο όριο που είναι αναγκαίο για τη διασφάλιση της μεταβιβάσεως της πλήρους εμπορικής αξίας της επιχειρήσεως που πωλήθηκε στους αγοραστές και ότι η συμφωνία τέτοιων συμβατικών όρων στην παρούσα περίπτωση συνιστά στο μέτρο αυτό περιορισμό του ανταγωνισμού κατά την έννοια του άρθρου 85 παράγραφος 1.

(36) Οι συμφωνίες σάλτσας και τουρσιών επηρεάζουν ή μπορούν να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών κατά την έννοια του άρθρου 85 παράγραφος 1.

(37) Υπό τις περιστάσεις αυτές, η ανάληψη υποχρεώσεως από τη Nutricia και αργότερα από τη Luycks-Zuid να μην εμπλακούν στην παραγωγή σάλτσας στην Ολλανδία, είχε μια επίδραση στο ενδοκοινοτικό εμπόριο γιατί απέκλεισε τη δυνατότητα από τη Luycks-Zuid, σαν ανταγωνίστρια, να δραστηριοποιηθεί στο εμπόριο σάλτσας με τη Γερμανία από την 1η Ιουλίου 1980, ημερομηνία κατά την οποία τα προσωρινά δικαιώματα παραγωγής και πωλήσεως έπαυσαν να ισχύουν. Αυτό το εμπόριο ήταν αξίας ... ECU το 1978, δηλαδή δεν ήταν ευκαταφρόνητο. Επιπλέον, ο περιορισμός πωλήσεων σάλτσας από τη Luycks-Zuid στην Ολλανδία, θα εμπόδιζε τον όμιλο Campbell, που είναι νέος ανταγωνιστής, από το να χρησιμοποιήσει τη θυγατρική του σαν εισαγωγέα για σάλτσες που παρασκευάζονται σε άλλες χώρες της ΕΟΚ. Ο όμι-

λος Campbell είναι καθαρό ότι απέκτησε τη Luycks σαν τμήμα του προγράμματός του να επεκταθεί στην ΕΟΚ και ο περιορισμός μπορούσε να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών σε σχέση με τις σάλτσες, τουλάχιστον όταν το σήμα «Luycks» θα χρησιμοποιόταν εκ νέου, αποκλειστικά από τη Luycks-Zuid, την 1η Οκτωβρίου 1981.

(38) Πριν από την εκχώρησή της στην Zuid, η Luycks πουλούσε τα τουρσιά της στο Βέλγιο, την Ολλανδία και την Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας. Οποιεσδήποτε και αν ήταν οι προθέσεις της Nutricia αποδείχθηκε ότι ήταν ικανή να αναλάβει εξαγωγικό εμπόριο τουρσιών, και από την 1η Ιουνίου 1981 και χάρις στην απουσία επιπλέον συμφωνίας, απέκτησε ικανό δυναμικό πώλησης τουρσιών. Η απουσία για μια σημαντική περίοδο ενός ανταγωνιστού, ο οποίος έχει τις ικανότητες και τις διασυνδέσεις να διεισδύσει ή να ανακτήσει τη θέση του στο ενδοκοινοτικό εμπόριο, είναι ικανή να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών.

Β. Άρθρο 85 παράγραφος 3 της συνθήκης ΕΟΚ

(39) Σύμφωνα με το άρθρο 85 παράγραφος 3, οι διατάξεις του άρθρου 85 παράγραφος 1 μπορούν να κηρυχθούν ανεφάρμοστες σε κάθε συμφωνία μεταξύ επιχειρήσεων η οποία συμβάλλει στη βελτίωση της παραγωγής ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής ή οικονομικής προόδου, εξασφαλίζοντας συγχρόνως στους καταναλωτές δίκαιο τμήμα από το όφελος που προκύπτει και η οποία: α) δεν επιβάλλει στις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις περιορισμούς μη απαραίτητους για την επίτευξη των στόχων αυτών, και β) δεν παρέχει στις επιχειρήσεις αυτές τη δυνατότητα καταργήσεως του ανταγωνισμού επί σημαντικού τμήματος των σχετικών προϊόντων.

(40) Εάν οι ρήτρες μη ανταγωνισμού ξεπερνούν αυτό που είναι αντικειμενικά αναγκαίο για την εκχώρηση της πλήρους εμπορικής αξίας της πωληθείσης επιχειρήσεως, τότε η εξαίρεση θα μπορεί να δοθεί μόνο υπό ειδικές περιστάσεις. Ειδικότερα, πρέπει να αποδειχθεί ότι οι ρήτρες είναι απαραίτητες για να διασφαλισθεί η επίτευξη των στόχων που είναι άλλοι από την απλή ανάγκη του αγοραστή να σταθεροποιήσει περαιτέρω την αγορά του, και οι οποίοι μπορούν να επικληθούν σύμφωνα με το άρθρο 85 παράγραφος 3.

(41) Στην παρούσα περίπτωση τα μέρη δεν κατόρθωσαν να αποδείξουν δυνατότητα εφαρμογής του άρθρου 85 παράγραφος 3 ως προς τις δύο κοινοποιηθείσες συμφωνίες. Η Επιτροπή επίσης δεν δέχθηκε ότι υπάρχουν πλεονεκτήματα από τις δύο αυτές ρήτρες που περιορίζουν τον ανταγωνισμό για μια χρονική περίοδο ή/και σε μια γεωγραφική περιοχή, που υπερβαίνουν το μέγιστο αναγκαίο για την εκχώρηση της πλήρους εμπορικής αξίας των επιχειρήσεων και κυρίως όσον αφορά τη βελτίωση της παραγωγής ή της διανομής των προϊόντων ή την προώθηση της τεχνικής ή οικονομικής προόδου, εξασφαλίζοντας συγχρόνως στους καταναλωτές δίκαιο τμήμα από το όφελος που προκύπτει. Οι δύο προαναφερθέντες κυριότεροι συμβατικοί περιορισμοί του ανταγωνισμού δεν παρέχουν αντικειμενικά πλεονεκτήματα που αντισταθμίζουν τα μειονεκτήματα για τον ανταγωνισμό στις σχετικές αγορές. Γι' αυτούς τους λόγους, μια εξαίρεση σύμφωνα με το άρθρο 85 παράγραφος 3 δεν μπορεί να εξετασθεί.

Γ. Άρθρο 3 του κανονισμού αριθ. 17

(42) Αν η Επιτροπή διαπιστώσει, κατόπιν αιτήσεως ή αυτεπαγγέλτως, παράβαση των διατάξεων του άρθρου 85 παράγραφος 1 της συνθήκης, δύναται, κατ' εφαρμογή των διατάξεων του άρθρου 3 του κανονισμού αριθ. 17, να υποχρεώσει με απόφαση τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων να παύσουν τη διαπιστωθείσα παράβαση,

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΠΟΦΑΣΗ:

Άρθρο 1

Η ρήτρα μη ανταγωνισμού που περιέχεται στο άρθρο 5 της συμφωνίας της 31ης Αυγούστου 1979 μεταξύ της NV Verenigde Bedrijven Nutricia και της Drs F.A. de Rooij, συνιστά, από την 1η Οκτωβρίου 1983, παράβαση του άρθρου 85 παράγραφος 1 της συνθήκης ΕΟΚ.

Άρθρο 2

Η ρήτρα μη ανταγωνισμού που περιέχεται στα άρθρα IX.1 και V.1.F της συμφωνίας της 6ης Ιουνίου 1980 μεταξύ της NV Verenigde Bedrijven Nutricica και της Zuid-Hollandse Conservenfabriek BV, συνιστά, από τις 4 Ιουλίου 1982, παράβαση του άρθρου 85 παράγραφος 1 της συνθήκης ΕΟΚ. Η ίδια ρήτρα, από την ημερομηνία της συνομολογήσεώς της, συνιστά παράβαση του άρθρου 85 παράγραφος 1 της συνθήκης ΕΟΚ, εφόσον εφαρμόζεται σε γεωγραφική περιοχή που είναι μεγαλύτερη από τη βελγική, ολλανδική και γερμανική αγορά.

Άρθρο 3

Οι αιτήσεις εξαιρέσεως δυνάμει του άρθρου 85 παράγραφος 3 της συνθήκης ΕΟΚ απορρίπτονται, όσον αφορά τις συμφωνίες που αναφέρονται στα άρθρα 1 και 2 ανωτέρω.

Άρθρο 4

Η NV Verenigde Bedrijven Nutricia, η Drs F.A. de Rooij, η Remia BV, η Zuid-Hollandse Conservenfabriek BV και η Luycks Producten BV υποχρεούνται να παύσουν αμέσως να εφαρμόζουν τις ρήτρες που αναφέρονται στα άρθρα 1 και 2 ανωτέρω.

Άρθρο 5

Η παρούσα απόφαση απευθύνεται στις ακόλουθες επιχειρήσεις:

— NV Verenigde Bedrijven Nutricia, Zoetermeer,

— Drs F.A. de Rooij, Den Dolder,

— Remia BV, Den Dolder,

— Zuid-Hollandse Conservenfabriek BV, Zundert, και

— Luycks Producten BV, Diemen.

Βρυξέλλες, 12 Δεκεμβρίου 1983.

Για την Επιτροπή
Frans ANDRIESSEN
Μέλος της Επιτροπής