SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA
de 9 de noviembre de 1983 *

En el asunto 322/81,

NV Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin, con domicilio social en Bois-le-Duc, representada por M^es^ Ivo van Bael y Jean-François Bellis, Abogados de Bruselas, y por M^es^ Siméon Moquet Borde & associés, que actúan por medio de M^e^ Dominique Borde, Abogado de París, que designa como domicilio en Luxemburgo el despacho de M^es^ Elvinger y Hoss, 15, Côte d'Eich,

parte demandante,

apoyada en sus pretensiones por

República Francesa, representada por el Sr. Noël Museux, directeur adjoint des affaires juridiques del ministère des relations exterieures, en calidad de Agente, y por el Sr. Alexandre Carnelutti, secrétaire des affaires étrangères, en calidad de Agente suplente, que designa como domicilio en Luxemburgo el de la Embajada de Francia, 2, rue Bertholet,

parte coadyuvante,

contra

Comisión de las Comunidades Europeas, representada por los Sres. Giuliano Marenco y Pieter Jan Kuyper, miembros de su Servicio Jurídico, en

* Lengua de procedimiento: francés.

calidad de Agentes, que designa como domicilio en Luxemburgo el del Sr. Oreste Montalto, miembro de su Servicio Jurídico, bâtiment Jean Monnet, Kirchberg,

parte demandada,

que tiene por objeto un recurso de anulación de la Decisión de la Comisión de las Comunidades Europeas, de 7 de octubre de 1981, relativa a un procedimiento de aplicación del artículo 86 del Tratado CEE (IV/29.491 –Bandengroothandel Frieschebrug BV/NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin–; DO 1981, L 353, p. 33),

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA,

integrado por los Sres.: J. Mertens de Wilmars, Presidente; T. Koopmans, K. Bahlmann e Y. Galmot, Presidentes de Sala; P. Pescatore, A.J. Mackenzie Stuart, A. O'Keeffe, O. Due y U. Everling, Jueces;

Abogado General: Sr. P. VerLoren van Themaat;
Secretario: Sr. P. Heim;

dicta la siguiente

Sentencia

(No se transcriben los antecedentes de hecho.)

Fundamentos de Derecho

1 Mediante escrito presentado en la Secretaría del Tribunal de Justicia el 28 de diciembre de 1981, la sociedad neerlandesa NV Nederlandsche Banden-

Industrie-Michelin (en lo sucesivo, «NBIM»), con domicilio social en Bois-le-Duc, interpuso un recurso, con arreglo al párrafo segundo del artículo 173 del Tratado CEE, que tiene por objeto la anulación de la Decisión de la Comisión, de 7 de octubre de 1981, relativa a un procedimiento de aplicación del artículo 86 del Tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea (IV/29.491) –Bandengroothandel Frieschebrug BV/NV Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin– (DO 1981, L 353, p. 33) y, con carácter subsidiario, la anulación del artículo 2 de dicha Decisión, por el que se impone a NBIM una multa o, cuando menos, la reducción de ésta.

2 NBIM es la filial neerlandesa del grupo Michelin. Se encarga de la producción y distribución de los neumáticos Michelin en los Países Bajos, país en el que cuenta con una planta de fabricación de neumáticos nuevos para furgonetas y camiones.

3 En el artículo 1 de la Decisión objeto de litigio, la Comisión declaró que, en el período comprendido entre 1975 y 1980, NBIM había vulnerado, en el mercado de neumáticos nuevos de recambio para camiones, autobuses, etc., las disposiciones del artículo 86 del Tratado,

a) al vincular a ella a los revendedores de neumáticos de los Países Bajos mediante la concesión, de forma individualizada, de bonificaciones selectivas en función de «objetivos» de ventas y de porcentajes de bonificación sin una confirmación clara por escrito, y al aplicarles condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, y

b) al otorgar, en 1977, una bonificación extraordinaria sobre las compras de neumáticos para camiones, autobuses, etc. y de neumáticos para turismos supeditada al cumplimiento de un determinado «objetivo» de compras de neumáticos para turismos.

En el artículo 2, la Comisión impuso a NBIM una multa de 680.000 ECU o 1.833.184,80 HFL.

4 Los principales motivos alegados contra esta Decisión por la demandante, apoyada en sus pretensiones por el Gobierno de la República Francesa, pueden agruparse, esencialmente, del siguiente modo:

I. El procedimiento administrativo de la Comisión fue irregular en la medida en que:

1) la Comisión no proporcionó a NBIM los documentos del expediente y, en particular, los resultados de una investigación realizada entre usuarios y competidores de NBIM;

2) la Comisión pasó por alto, en su Decisión, los resultados de la audiencia y las declaraciones de los testigos y peritos en la misma; y

3) la Comisión no reveló, en el transcurso del procedimiento administrativo, los criterios basándose en los cuales pretendía determinar la cuantía de una multa.

II. La Comisión estimó erróneamente que NBIM disfruta de una posición dominante, basándose

1) en una delimitación errónea de la parte sustancial de mercado común relevante,

2) en una apreciación errónea de la posición de NBIM frente a la competencia por lo que respecta

   a) por un lado, a la cuota de mercado de NBIM en el mercado de los productos relevante y, en particular, a la delimitación de dicho mercado;

   b) por otro lado, a los restantes indicios a favor o en contra de la existencia de una posición dominante.

III. La Comisión consideró, sin fundamento, que

1) el sistema de bonificaciones de NBIM; y

2) la concesión de una bonificación suplementaria en 1977

constituyeron un abuso a efectos del artículo 86 del Tratado.

IV. La Comisión estimó, sin fundamento, que el comportamiento imputado a NBIM podía afectar al comercio entre los Estados miembros.

V. La Comisión no hubiera debido imponer una multa a NBIM o, en todo caso, hubiera debido establecer su cuantía en un nivel más reducido.

I. Sobre la regularidad del procedimiento administrativo

1. *Sobre la no divulgación de los documentos del expediente*

5 Según la demandante, la Comisión violó su derecho de defensa al no comunicarle, en el transcurso del procedimiento administrativo, los documentos de su expediente. No obstante, la demandante únicamente precisó este reproche por lo que respecta a los resultados de una investigación sobre las prácticas de los competidores de NBIM en materia de descuentos efectuada por la Comisión entre algunos revendedores.

6 La Comisión responde a este motivo que, al adoptar su Decisión, no tuvo en cuenta los resultados de dicha investigación, que no hizo sino confirmar lo que ya sabía gracias a las informaciones obtenidas de Michelin. Asimismo, alega que, de conformidad con el artículo 20 del Reglamento nº 17 del Consejo, de 6 de febrero de 1962 (DO 1962, 13, p. 204; EE 08/01, p. 22), estaba obligada a no divulgar las informaciones obtenidas mediante dicha investigación, ya que se referían a los sistemas de descuentos aplicados por los competidores de NBIM.

7 A este respecto, procede recordar que el respeto del derecho de defensa constituye un principio fundamental del Derecho comunitario que la Comisión debe observar en sus procedimientos administrativos que puedan dar lugar a sanciones con arreglo a las normas sobre competencia del Tratado. Este respeto exige, entre otras cosas, que la empresa interesada haya tenido la oportunidad de dar a conocer efectivamente su punto de vista sobre los documentos en que se basa la Comisión para alegar la existencia una infracción.

8 En efecto, desde el momento en que la Comisión estimó que las informaciones que había recogido mediante dicha investigación estaban

amparadas por el secreto profesional, estaba obligada, de conformidad con el artículo 20 del Reglamento nº 17, a no divulgarlas a NBIM. En consecuencia, en este caso, si la no divulgación de dichas informaciones restringía la posibilidad de NBIM de dar a conocer su punto de vista sobre la realidad o pertinencia de las mismas o sobre las conclusiones que dedujo de ellas la Comisión, ésta no podía tenerlas en cuenta como fundamento de su Decisión.

9 Sin embargo, la motivación de la Decisión objeto de litigio no hace en ningún momento referencia expresa a la referida investigación. Tampoco parece que, en su expediente, la Comisión se basara de forma tácita en dicho documento. Siempre que, en su Decisión, alude a las prácticas de los competidores de NBIM en materia de descuentos, se trata de afirmaciones generales que NBIM no ha cuestionado en ningún momento y que, por lo demás, carecen de pertinencia para la apreciación del comportamiento de NBIM. La investigación de que se trata tampoco ha sido tomada en consideración en el procedimiento ante este Tribunal de Justicia.

10 No obstante, el hecho de que la Comisión no hiciera referencia a la investigación en la motivación de la Decisión controvertida no basta para desestimar este motivo de NBIM. Para ello, es preciso asimismo acreditar que la Decisión se basa efectivamente en otras circunstancias que la justifican, lo que remite al fondo del asunto.

2. *Sobre la falta de examen de los resultados de la audiencia y de las declaraciones de los testigos y peritos*

11 Para acreditar la irregularidad del procedimiento, la demandante alega, asimismo, que, en su Decisión, la Comisión pasó por alto los resultados de la audiencia celebrada en el marco del procedimiento administrativo y las declaraciones de los testigos y peritos en la misma.

12 En respuesta a este motivo, la Comisión alega el gran número de apartados de su Decisión dedicados a contradecir las tesis de NBIM, y observa que tuvo en cuenta todas las pruebas y testimonios aportados durante el procedimiento.

13 Este motivo equivale, fundamentalmente, a alegar que la Decisión no está debidamente motivada.

14 A este respecto, procede recordar que, si bien con arreglo al artículo 190 del Tratado, la Comisión está obligada a indicar los elementos de hecho que justifican su Decisión, así como las consideraciones que le han llevado a adoptarla, dicha disposición no obliga a la Comisión a examinar todos los elementos de hecho y de Derecho tratados durante el procedimiento administrativo.

15 En su motivación de la Decisión objeto de litigio, la Comisión expuso las consideraciones de hecho y de Derecho en las que se basó. Además, en distintos pasajes de la misma se refirió expresamente a las declaraciones de testigos en la audiencia y respondió a las tesis formuladas por NBIM durante el procedimiento.

16 En consecuencia, no puede estimarse el motivo basado en una motivación insuficiente.

3. *Sobre la no revelación, durante el procedimiento administrativo, de los criterios basándose en los cuales la Comisión pretendía determinar la cuantía de la multa*

17 Según la demandante, la Comisión violó su derecho de defensa al no revelar, en el procedimiento administrativo, los criterios basándose en los cuales pretendía determinar la cuantía de una eventual multa.

18 La Comisión responde a este motivo que las consideraciones concretas en que se basa la determinación del importe de la multa dependen del desarrollo del procedimiento administrativo, razón por la cual no puede predeterminar su decisión a este respecto antes de haber oído a la empresa.

19 A este respecto, basta recordar que, como señaló el Tribunal de Justicia en su sentencia de 7 de junio de 1983, Musique Diffusion Française/Comisión (asuntos acumulados 100/80 a 103/80,↔ Rec. p. 1825), proporcionar indicaciones sobre el nivel de las multas previstas antes de haber dado a la empresa la oportunidad de formular sus observaciones sobre los cargos que se le imputan equivaldría a anticipar de forma improcedente la Decisión de la Comisión.

20 En su pliego de cargos de 5 de marzo de 1980, la Comisión indicó expresamente que tenía la intención de imponer a NBIM una multa cuyo importe se determinaría teniendo en cuenta la duración y la gravedad de la infracción, que consideraba grave. Con ello, la Comisión dio a NBIM la oportunidad de defenderse no sólo contra la declaración de la infracción, sino también contra la imposición de una multa.

21 En consecuencia, no puede estimarse este motivo, y procede concluir que no se ha acreditado la existencia de ninguna irregularidad en el procedimiento administrativo de la Comisión.

II. Sobre la posición dominante de NBIM

22 En un primer grupo de motivos relativos al contenido de la Decisión objeto de litigio, la demandante cuestiona el hecho de que disfrute de una posición dominante en el mercado de neumáticos nuevos de recambio para vehículos pesados en los Países Bajos. Alega, fundamentalmente, que la apreciación de su posición en el mercado que hace la Comisión adolece de errores, ya que, por un lado, la Comisión limitó su análisis exclusivamente al mercado neerlandés y se basó en una delimitación errónea del mercado de los productos relevante y, por otro, utilizó informaciones que carecían de pertinencia para la acreditación de una posición dominante, ignorando criterios que excluyen la existencia de la misma.

1. *Sobre la parte sustancial del mercado común relevante*

23 En este contexto, la demandante invoca un primer motivo contra la declaración de la Comisión según la cual la parte sustancial del mercado común en la que NBIM posee una posición dominante es el territorio de los Países Bajos. Según NBIM, esta delimitación geográfica del mercado es demasiado restringida. A su juicio, entra en contradicción con el hecho de que la propia Comisión se base en factores referidos al grupo Michelin en su conjunto, como su desarrollo tecnológico y su capacidad financiera, que remiten, según NBIM, a un mercado mucho más amplio, incluso mundial. Según afirma, también los principales competidores de NBIM ejercen sus actividades a escala mundial.

24 La Comisión alega que esta crítica afecta no tanto a la definición del mercado como a los criterios utilizados para determinar el dominio sobre un mercado. Dado que, por regla general, los fabricantes de neumáticos han optado por vender sus productos en los distintos mercados nacionales a través de filiales nacionales, es en el territorio de los Países Bajos donde se desarrolla la competencia a la que está expuesta NBIM.

25 A este respecto, procede señalar que la Comisión dirigió su Decisión no al grupo Michelin en su conjunto, sino solamente a la filial neerlandesa de éste, cuyas actividades están concentradas en el mercado neerlandés. No existe discrepancia entre las partes sobre el hecho de que los principales competidores de NBIM también ejercen sus actividades en los Países Bajos a través de las filiales neerlandesas de sus respectivos grupos.

26 La imputación de la Comisión se refiere al comportamiento de NBIM hacia los revendedores de neumáticos, y más concretamente a su política de bonificaciones. A este respecto, la política comercial de las diferentes filiales de los grupos que compiten entre sí a nivel europeo o incluso mundial se adecua, por regla general, a las condiciones específicas de cada mercado nacional. En la práctica, los revendedores establecidos en los Países Bajos sólo se abastecen de los proveedores que ejercen sus actividades en los Países Bajos. En consecuencia, la Comisión considera correctamente que la competencia a que está expuesta NBIM procede fundamentalmente del mercado neerlandés, y que éste es el nivel en el que las condiciones objetivas de la competencia son similares para los agentes económicos.

27 Esta afirmación es independiente de la cuestión de si, en estas circunstancias, cabe tener en cuenta, para la apreciación de la existencia de una posición dominante en el mercado de los productos relevante, factores relacionados con la situación del grupo Michelin y de sus competidores en su conjunto en el marco de un mercado mucho más amplio.

28 De ello se desprende que la parte sustancial del mercado común relevante está constituida por el territorio neerlandés, y que procede apreciar la posición de NBIM.

2. *Sobre la apreciación de la posición de NBIM frente a la competencia*

29 Antes de pasar a examinar con mayor detalle los motivos y alegaciones relativos a la apreciación de la posición de NBIM frente a la competencia, procede recordar, como lo ha hecho el Tribunal de Justicia de forma reiterada, más recientemente en su sentencia de 13 de febrero de 1979, Hoffmann-La Roche/Comisión (85/76,↔ Rec. p. 461), que el artículo 86 del Tratado constituye una expresión del objetivo general que la letra f) del artículo 3 del Tratado atribuye a la acción de la Comunidad, a saber, el establecimiento de un régimen que garantice que no se falsea la competencia en el mercado común.

30 En consecuencia, el artículo 86 prohíbe, en la medida en que pueda afectar al comercio entre los Estados miembros, la explotación abusiva, por parte de una empresa, de una posición dominante en el mercado común o en una parte sustancial del mismo, es decir, una situación de poder económico por parte de una empresa que le permita impedir el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado relevante, otorgándole la posibilidad de obrar en buena medida de forma independiente con respecto a sus competidores, sus clientes y, en última instancia, los consumidores en general.

31 Es ésta la perspectiva desde la que deben examinarse los diferentes criterios e indicios invocados por las partes en relación con la existencia o no de una posición dominante. Estos criterios e indicios se refieren, por una parte, a la cuota de NBIM en el mercado de los productos relevante y, por otra, a los restantes factores que deben tenerse en cuenta para apreciar la situación en la que se encuentra NBIM frente a sus competidores, sus clientes y los consumidores de sus productos.

a) Sobre la cuota de NBIM en el mercado de los productos relevante

32 La demandante formula, en primer lugar, un motivo mediante el cual niega que posea la cuota de mercado que llevó a la Comisión a deducir la existencia de una posición dominante, y alega que la Comisión se basó para ello en una delimitación artificial y arbitraria del mercado de los productos relevante.

33 En su Decisión litigiosa, la Comisión invocó el hecho de que, de 1975 a 1980, NBIM tenía en los Países Bajos entre un 57 y un 65 % del mercado de neumáticos nuevos de recambio para camiones, autobuses y otros vehículos similares, mientras que las cuotas de mercado de sus principales competidores eran tan sólo de entre el 4 y el 8 %.

34 NBIM no discute estas cifras, pero alega que la Comisión ignoró las relaciones de competencia al excluir, en particular, los neumáticos para furgonetas y turismos, así como los neumáticos recauchutados. Así, si se hubieran tomado en consideración los neumáticos recauchutados para vehículos pesados, la cuota de mercado de NBIM se situaría solamente en torno al 37 %, porcentaje insuficiente para acreditar la existencia de una posición dominante.

aa) *Sobre el mercado de neumáticos de recambio para vehículos pesados*

35 Según la demandante, la delimitación del mercado de los productos relevante en la que se basó la Comisión es a la vez demasiado amplia, en la medida en que los neumáticos para vehículos pesados de diferentes tipos y dimensiones no son en modo algunos sustitutivos desde el punto de vista del consumidor, y demasiado reducida, en la medida en que excluye los neumáticos para furgonetas y turismos, pese a su situación comparable en el mercado. Por otra parte, la tesis sostenida por la Comisión en su Decisión incurre, a su juicio, en una contradicción, al situarse unas veces en la perspectiva de los consumidores finales y otras en la de los revendedores. Ahora bien, tomando como referencia el volumen de negocios total de los revendedores, la proporción media de las ventas de neumáticos Michelin para vehículos pesados supone tan sólo entre el 12 y el 18 %, lo que descarta cualquier tipo de posición dominante.

36 La Comisión defiende la delimitación del mercado de los productos relevante que se hace en su Decisión alegando que no pueden distinguirse, dentro de un producto técnicamente homogéneo, mercados diferentes en función de las dimensiones, los tamaños o los tipos específicos de los productos. A este respecto, debe tomarse en consideración, en su opinión, la elasticidad de la oferta entre diferentes tipos y dimensiones de neumáticos. Por un lado, los criterios del carácter sustituible de los productos y de elasticidad de la

demanda permiten distinguir el mercado de neumáticos para vehículos pesados del de neumáticos para turismos en razón de la estructura específica de la demanda, caracterizada fundamentalmente, por lo que respecta a los vehículos pesados, por la presencia de compradores profesionales que conocen perfectamente el mercado.

37 Como lo ha señalado reiteradamente el Tribunal de Justicia, más recientemente en su sentencia de 11 de diciembre de 1980, L'Oréal (31/80, Rec. p. 3775), para el examen de la posición eventualmente dominante de una empresa en un mercado determinado, las posibilidades de competencia deben apreciarse en el marco del mercado que agrupa al conjunto de productos que, en razón de sus características, son especialmente aptos para satisfacer necesidades permanentes y escasamente sustituibles por otros productos. No obstante, procede señalar que la determinación del mercado relevante tiene por objeto evaluar si la empresa de que se trata tiene la posibilidad de impedir el mantenimiento de una competencia efectiva y de obrar, en buena medida, de forma independiente con respecto a sus competidores, sus clientes y los consumidores en general. En consecuencia, no cabe, para ello, limitarse únicamente al examen de las características objetivas de los productos relevantes, sino que es preciso, asimismo, tomar en consideración las condiciones de competencia y la estructura de la oferta y la demanda en dicho mercado.

38 Ese es, por otra parte, el motivo por el cual la Comisión y NBIM estuvieron de acuerdo en no tomar en consideración, para la apreciación de las cuotas de mercado, los neumáticos nuevos con que vienen equipados los vehículos de fábrica. En efecto, debido a la particular estructura de la demanda, caracterizada por los pedidos directos de los fabricantes de automóviles, la competencia está determinada, en este ámbito, por reglas y factores completamente diferentes.

39 Por lo que respecta a los neumáticos de recambio, procede señalar, en primer lugar, que los usuarios no tienen ninguna posibilidad de sustitución entre los neumáticos para turismos o para furgonetas, por un lado, y los neumáticos para vehículos pesados, por el otro. Por ello, la competencia en el mercado de neumáticos para vehículos pesados no se ve en modo alguno afectada por los neumáticos para turismos y furgonetas.

40 Por lo demás, la estructura de la demanda de cada uno de estos grupos de productos es diferente. En efecto, los compradores de neumáticos para vehículos pesados son, en su mayor parte, profesionales, en particular empresas de transportes, para las cuales, como indicó la Comisión, la compra de neumáticos de recambio constituye una partida de gastos considerable, y que exigen a los revendedores de neumáticos con los que operan asesoramiento y servicios permanentes y especializados, adaptados a sus necesidades específicas. En cambio, para el comprador medio de neumáticos para turismos o furgonetas, la compra de neumáticos es un acto ocasional, y no espera, por lo general, ni siquiera cuando se trata de un profesional, recibir asesoramiento y servicios tan especializados y adaptados a necesidades específicas. De ello se deduce que la venta de neumáticos para vehículos pesados exige contar con una red de distribución sumamente especializada que difiere sensiblemente de las condiciones de distribución de los neumáticos para turismos y furgonetas.

41 Procede señalar, por último, la falta de elasticidad de la oferta entre los neumáticos para vehículos pesados y los neumáticos para turismos, que tiene su origen en la existencia de diferencias importantes en las técnicas de producción y en las instalaciones y la maquinaria necesarias al efecto. El hecho de que la modificación de las instalaciones de producción necesaria para producir neumáticos ligeros en lugar de neumáticos pesados, o viceversa, requiera un plazo y unas inversiones considerables hace que no existan relaciones significativas entre ambos grupos de productos que permitan adaptarse en cada momento a la situación de la demanda en el mercado. Por lo demás, fue precisamente esta circunstancia la que llevó a NBIM, en 1977, a conceder una bonificación suplementaria en una situación de insuficiencia de la oferta de neumáticos para vehículos pesados, en lugar de recurrir, para satisfacer la demanda, a capacidades de producción excedentarias en el ámbito de los neumáticos para turismos.

42 La Comisión obró correctamente al examinar inicialmente la estructura del mercado y la demanda al nivel de los revendedores a los que NBIM aplicó la práctica controvertida. En efecto, la propia NBIM declaró, si bien es cierto que en otro contexto, que se vio obligada a modificar su sistema de bonificaciones para tener en cuenta la tendencia a la especialización de sus revendedores, algunos de los cuales, como los talleres, habían dejado de vender neumáticos para vehículos pesados y furgonetas. Esto confirma las

diferencias existentes, en la estructura de la demanda, entre los diferentes grupos de revendedores. NBIM tampoco ha discutido que las diferencias entre neumáticos para vehículos pesados, para furgonetas y para turismos afectan también a todos sus competidores, en particular por lo que respecta a las condiciones de los descuentos, si bien, para determinados tipos de neumáticos, las diferencias introducidas por los distintos fabricantes pueden variar en sus detalles.

43 Sin embargo, no hay razón para deducir del hecho de que el comportamiento imputado en el presente caso afecte a los revendedores que la posición de NBIM debiera haberse determinado sobre la base de la proporción de los neumáticos Michelin para vehículos pesados en el volumen de ventas total de los revendedores. Cuando se trata de examinar si NBIM posee una posición dominante en determinados productos, poco importa que la actividad de los revendedores comprenda también otros productos, siempre y cuando no exista, entre los productos relevantes y esos otros productos, una relación de competencia.

44 Por el contrario, ni la falta de elasticidad de la oferta entre los neumáticos para vehículos pesados de diferentes tipos y dimensiones derivada de las diferencias existentes en las condiciones de producción, ni la inexistencia de posibilidades de sustitución y elasticidad de la demanda entre los mismos desde el punto de vista de las necesidades específicas del usuario permiten distinguir, a efectos de la apreciación de la existencia de una posición dominante, una serie de mercados más reducidos en función de cada uno de estos tipos y dimensiones, como insinuó NBIM. En efecto, estas diferencias entre los neumáticos de distintos tipos y dimensiones no constituyen un elemento esencial para los revendedores, que tienen que satisfacer la demanda de su clientela en toda la gama de neumáticos para vehículos pesados. Por otra parte, esta clase de diferencias de tipos y dimensiones de un producto no son, a falta de una especialización de las empresas de que se trata, determinantes para la apreciación de la posición de una empresa en el mercado, ya que, habida cuenta de su similitud y complementariedad de carácter técnico, las condiciones de competencia en el mercado son las mismas para los productos de todos los tipos y dimensiones.

45 En consecuencia, la Comisión obró correctamente al apreciar, para establecer la existencia de una posición dominante por parte de NBIM, su cuota del

mercado de neumáticos de recambio para camiones, autobuses y vehículos similares, excluyendo la consideración de los neumáticos para turismos y furgonetas.

bb) *Sobre la consideración de la competencia de los neumáticos recauchutados*

46 Con el fin de acreditar que su cuota de mercado es inferior de lo que afirma la Comisión, la demandante alega, asimismo, que la Comisión excluyó del mercado relevante, de manera arbitraria, los neumáticos recauchutados, que, según NBIM, constituyen una verdadera alternativa para los consumidores, por lo que respecta tanto a la calidad como al precio. En apoyo de esta tesis, NBIM aportó diversos cálculos destinados a demostrar la competitividad de los neumáticos recauchutados con respecto a los neumáticos nuevos.

47 Según la Comisión, la razón por la cual deben excluirse los neumáticos recauchutados del mercado relevante es que no pueden sustituir a los neumáticos nuevos. Ello se debe, según afirma, en primer lugar a su inferioridad, a los ojos de los consumidores, por lo que respecta a su seguridad. Además, el recauchutado se efectúa en buena parte a petición de las propias empresas de transporte, de modo que se trata más bien de un mercado de prestación de servicios. Por último, al ser los neumáticos recauchutados un producto secundario con respecto a los neumáticos nuevos, éstos son, en cierto modo, la materia prima para el recauchutado, lo que descarta en gran parte su sustitución por neumáticos recauchutados, por lo que lo procedente es apreciar la competencia en el mercado básico, que proporcionará las claves del conjunto del mercado.

48 A este respecto, procede recordar, en primer lugar, que si bien la existencia de una relación de competencia entre dos productos no presupone una perfecta posibilidad de sustitución entre ellos para un determinado uso, la acreditación de una posición dominante por lo que respecta a un producto no requiere una total inexistencia de competencia por parte de otros productos parcialmente sustituibles, siempre y cuando dicha competencia no afecte al poder de la empresa de influir de manera considerable en las condiciones en las que dicha competencia se desarrolla y, en todo caso, de obrar en buena

medida sin necesidad de tenerla en cuenta y sin que, sin embargo, dicha actitud la perjudique.

49 De los hechos, tal como fueron acreditados sobre la base de las declaraciones de las partes y de los testigos oídos en la audiencia celebrada en el marco del procedimiento administrativo, se desprende que no cabe discutir la existencia de unas ciertas posibilidades de sustitución entre los neumáticos nuevos y los neumáticos recauchutados, si bien dichas posibilidades son limitadas y no se dan para todos los usuarios. En efecto, si bien es cierto que NBIM presentó una serie de cálculos para demostrar que el precio y la calidad de los neumáticos recauchutados son comparables a los de los neumáticos nuevos y que, efectivamente, algunos usuarios consideran sustitutivos ambos grupos de productos para el uso que les dan, también lo es que admitió que el valor de un neumático recauchutado, por lo que respecta a la seguridad y fiabilidad, puede ser inferior al de un neumático nuevo, a lo que se añade el hecho de que la Comisión acreditó que algunos usuarios tienen reservas, justificadas o no, en cuanto a la utilización de un neumático recauchutado, en especial en el eje delantero del vehículo.

50 Para apreciar los efectos de esta competencia limitada de los neumáticos recauchutados sobre la posición de NBIM en el mercado, procede tener en cuenta que al menos una parte de los neumáticos recauchutados no llegan a ponerse a la venta, sino que el recauchutado se realiza a petición del usuario, ya que algunas empresas de transporte consideran importante recauchutar sus propias carcasas con el fin de asegurarse de que no reciben carcasas defectuosas. Bien es cierto que el porcentaje de recauchutado que se realiza de este modo, en forma de prestación de servicios, fue objeto de desacuerdo entre las partes, habiéndolo cifrado la Comisión entre el 80 y el 95 % de los neumáticos recauchutados, mientras que NBIM indicó un porcentaje de entre el 15 y el 20 % solamente, alegando que, en la mayoría de los casos, el pedido se realiza a nombre del revendedor y no a nombre del usuario. Pese a esta discrepancia entre las partes, cabe afirmar que una parte de los neumáticos recauchutados que llegan al usuario no han entrado en competencia con los neumáticos nuevos puestos a la venta, por tratarse de una prestación directa de servicios de las empresas de recauchutado a los usuarios.

51 Por otra parte, no debe pasarse por alto, al apreciar la importancia de la cuota de mercado de NBIM con respecto a la de sus competidores, que el mercado

de neumáticos reciclados es un mercado secundario que depende de la oferta y de los precios existentes en el mercado de neumáticos nuevos, ya que todos los neumáticos recauchutados se fabrican a partir de un neumático que, en su origen, fue nuevo, y que el número de recauchutados posibles en un mismo neumático es limitado. Así pues, una parte importante de la demanda debe satisfacerse necesariamente, en todo caso, por neumáticos nuevos. En estas circunstancias, el hecho de que una empresa disfrute de una posición dominante en el mercado de neumáticos nuevos le proporciona una posición privilegiada frente a la competencia de las empresas de recauchutado que le permite comportarse en el mercado de manera más independiente de lo que podría hacerlo una empresa de recauchutado.

52 De las consideraciones precedentes se desprende que la competencia parcial a la que están expuestos los fabricantes de neumáticos nuevos por parte de las empresas de recauchutado no es suficiente para privar a un productor de neumáticos nuevos del poder económico de que dispone gracias a su posición dominante en el mercado de neumáticos nuevos. En consecuencia, la Comisión obró correctamente al tomar en consideración, para apreciar la posición de NBIM en relación con la fortaleza y el número de sus competidores, la cuota de entre el 57 y el 65 % del mercado de neumáticos nuevos de recambio para vehículos pesados. En comparación con las cuotas de mercado de entre el 4 y el 8 % de los principales competidores de NBIM, dicha cuota de mercado constituye, aun teniendo en cuenta la existencia de una cierta competencia por parte de los neumáticos recauchutados, un indicio válido de la existencia de un poder preponderante de NBIM frente a sus competidores.

b) Sobre los restantes criterios e indicios a favor o en contra de la existencia de una posición dominante

53 A continuación, la demandante discute la pertinencia de los restantes criterios e indicios en los que se basó la Comisión para declarar la existencia de una posición dominante. Según afirma, no es la única empresa que dispone de representantes comerciales, y las plantillas de sus principales competidores son, en términos relativos, aún más importantes que la suya. La diversidad de la gama de productos no constituye, a su entender, una ventaja competitiva, habida cuenta de que los diferentes tipos de neumáticos no son sustitutivos

entre sí y que NBIM no impone a sus revendedores la compra de toda su gama.

54 Por otra parte, la demandante sostiene que la Comisión no tuvo en cuenta diversos indicios incompatibles con la existencia de una posición dominante. Así, por ejemplo, el margen neto de los revendedores es comparable en el caso de los neumáticos Michelin y en el de los neumáticos de sus competidores, y el precio de coste por kilómetro recorrido de los neumáticos Michelin es, según afirma, el más favorable para los usuarios. Asimismo, NBIM registró pérdidas a partir de 1979. Al no disponer de una capacidad de producción suficiente, sus competidores, que además disponen, según afirma, de una capacidad financiera y una diversificación superiores a las del grupo Michelin, están en condiciones de sustituir en cualquier momento las cantidades que suministra al mercado. Por último, el hecho de que los usuarios de neumáticos para vehículos pesados sean compradores profesionales que conocen perfectamente el mercado les permite servir de contrapeso a los fabricantes de neumáticos.

55 A este respecto, procede señalar, en primer lugar, que, para apreciar el poder económico respectivo de NBIM y de sus competidores en el mercado de los Países Bajos, deben tenerse en cuenta las ventajas que dichas empresas pueden obtener gracias a su pertenencia a grupos de empresas cuyas actividades se extienden a nivel europeo o incluso mundial. Entre estas ventajas, en el presente caso las partes están de acuerdo en la superioridad del grupo Michelin con respecto a sus competidores en materia de inversiones e investigación, así como la especial diversidad de su gama de productos, que la Comisión invocó en su Decisión. En efecto, el grupo Michelin es, por lo que respecta a determinados tipos de neumáticos, el único proveedor del mercado que los incluye en su gama.

56 Esta situación garantiza a NBIM, en el mercado de los Países Bajos, la predilección declarada de un gran numero de usuarios de neumáticos para vehículos pesados. Habida cuenta de que la compra de neumáticos constituye una inversión importante para una empresa de transportes y que, para asegurarse en la práctica de la rentabilidad de un determinado tipo o marca de neumáticos hace falta un tiempo considerable, NBIM disfruta, por ello, de una posición que la hace poco vulnerable a la competencia. De esta situación se

desprende que un revendedor establecido en los Países Bajos no puede, normalmente, evitar vender neumáticos Michelin.

57 No puede objetarse a estos argumentos, como lo hace NBIM, apoyada en este punto por el Gobierno francés, que ello supone penalizar a NBIM por la calidad de sus productos y prestaciones. En efecto, la acreditación de la existencia de una posición dominante no implica, en sí misma, ningún reproche a la empresa de que se trate, suponiendo tan sólo que incumbe a ésta, independientemente de las causas que expliquen dicha posición, una responsabilidad especial de no impedir, con su comportamiento, el desarrollo de una competencia efectiva y no falseada en el mercado común.

58 Por otra parte, procede subrayar la importancia de la red de representantes comerciales de NBIM, que le proporciona un acceso directo permanente a los usuarios de neumáticos. NBIM no discutió ni el hecho de que esta red sea, en términos absolutos, sensiblemente mayor que las redes de sus competidores ni la descripción que se hace en la Decisión objeto de litigio de las funciones que desempeña esta red, cuya eficacia y calidad de servicio no se discuten. El acceso directo a los usuarios y la calidad de los servicios que esta red está en condiciones de prestar a éstos permiten a NBIM confirmar y reforzar su posición en el mercado y defenderse mejor contra la competencia.

59 Por lo que respecta a los criterios e indicios adicionales a que se refiere NBIM para negar la existencia de una posición dominante, procede observar que el hecho de que, durante un período determinado, se registren una rentabilidad nula e incluso pérdidas no es incompatible con la existencia de una posición dominante. Análogamente, el hecho de que los precios aplicados por NBIM no sean ni abusivos ni siquiera especialmente elevados no permite concluir que no exista una posición dominante. Por último, ni el tamaño, capacidad financiera o grado de diversificación de los competidores de NBIM a nivel mundial, ni el contrapeso resultante del hecho de que los compradores de neumáticos para vehículos pesados sean profesionales que conocen perfectamente el mercado bastan para eliminar la posición de privilegio de que disfruta NBIM en el mercado neerlandés.

60 En consecuencia, procede declarar que los restantes criterios e indicios tomados en consideración en el presente caso para declarar la existencia de una posición dominante confirman que NBIM disfruta de semejante posición.

61 En razón de ello, carecen de fundamento los motivos por los cuales NBIM niega disfrutar de una posición dominante en una parte sustancial del mercado común.

III. Sobre la explotación abusiva de la posición dominante

62 En un segundo grupo de motivos, la demandante impugna la Decisión objeto de litigio en la medida en que le reprocha haber explotado de manera abusiva, a efectos del artículo 86 del Tratado, su posición dominante en el mercado neerlandés de neumáticos nuevos de recambio para vehículos pesados. Discute el hecho de que, como aseguró la Comisión en su Decisión litigiosa, restringiera la libertad de elección de los revendedores, practicando un trato desigual entre ellos y limitando el acceso al mercado de otros productores mediante dos mecanismos diferentes, a saber, su sistema de bonificaciones en general y la concesión, en 1977, de una bonificación extraordinaria supeditada al cumplimiento de un objetivo de ventas de neumáticos para turismos.

1. *Sobre el sistema de bonificaciones en general*

63 NBIM alega que la Comisión ignoró, en su Decisión, las características del sistema de bonificaciones de que se trata. Según afirma, se trata únicamente de un descuento por volumen que no tiene otra función que el objetivo legítimo de incitar a los revendedores a comprar un mayor volumen de productos y remunerar la prestación consistente en la realización de un volumen de ventas de neumáticos Michelin convenido de mutuo acuerdo. Prohibir un sistema como éste equivaldría, en su opinión, a condenar a la empresa dominante a perder su posición y a sancionar la existencia misma de una posición dominante.

64 Según la Comisión, el sistema de bonificaciones practicado por NBIM constituye un abuso por el hecho de estar basado en la formulación de objetivos de ventas individuales y selectivos no definidos claramente por escrito, destinados a vincular a NBIM a los revendedores de neumáticos, lo que supone la aplicación de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes. Se trata, en su opinión, de una variante de descuento por fidelidad como el que fue objeto de la sentencia del Tribunal de Justicia de 13

de febrero de 1979, antes citada, supeditado a la condición de que el cliente se abastezca al menos de una parte importante de sus necesidades en la empresa que disfruta de la posición dominante, por lo que tiende a privar al cliente de la posibilidad de elegir sus fuentes de abastecimiento.

65 El Gobierno francés apoyó la posición de NBIM alegando que un sistema de bonificaciones basado en objetivos de ventas no puede considerarse, en sí mismo, abusivo. Sólo la existencia de otras circunstancias, que no concurren en el presente caso, podría hacerlo incompatible con el artículo 86.

a) Sobre el funcionamiento del sistema de bonificaciones

66 Del debate mantenido ante el Tribunal de Justicia se desprende que el sistema de bonificaciones objeto de litigio comprendía, además de la bonificación fija sobre factura y el descuento en efectivo por pronto pago, idénticos para todos los revendedores y que no se discuten en el presente caso, una bonificación anual variable de la cual una parte se abonaba primero mensualmente y, más tarde, cuatrimestralmente en forma de anticipo a cuenta de la bonificación anual. El porcentaje de esta bonificación anual variable se fijaba en función del volumen de ventas de neumáticos Michelin para vehículos pesados, furgonetas y turismos realizadas por el revendedor, sin distinción de categorías, durante el año anterior, según una escala de bonificaciones progresivas que, sin embargo, fue abandonada en 1978. Por regla general, el anticipo a cuenta de la bonificación anual era inferior en un 4 %, aunque algunas veces más, al porcentaje resultante de dicha escala.

67 La bonificación anual variable, o cuando menos su porcentaje máximo, sólo se obtenía cuando el revendedor alcanzaba, durante el respectivo año, un objetivo de ventas expresado en número de neumáticos para vehículos pesados vendidos, que se definía o convenía al principio de cada año. Hasta 1978, existían tres objetivos, máximo, mediano y mínimo, de los que dependía el importe de la bonificación definitiva. A partir de 1979, se pasó a fijar un único objetivo a efectos de la concesión de la bonificación anual variable.

68 La Comisión no cuestionó las explicaciones aportadas por NBIM durante el procedimiento ante el Tribunal de Justicia según las cuales las variaciones entre el importe de la bonificación concedida en caso de alcanzar el objetivo

máximo y de no alcanzar el objetivo mínimo eran muy pequeñas, del orden de entre el 0,2 y el 0,4 %. En consecuencia, procede considerar acreditada esta magnitud de las variaciones que, sin embargo, en la Decisión objeto de litigio resultaba mucho más significativa.

69 Ni el sistema de bonificaciones en su conjunto ni la escala de las bonificaciones fueron objeto de publicidad alguna por parte de NBIM. No existe discrepancia entre las partes acerca de que los criterios en función de los cuales se definían o convenían los objetivos de ventas no se conocían de antemano. Dichos objetivos eran negociados al principio de cada año entre el revendedor y el representante comercial de NBIM. Con posterioridad a dichas negociaciones, NBIM no daba, en la práctica, ninguna confirmación por escrito, sino que se limitaba a tomar o intercambiar notas manuscritas con ocasión de dichas entrevistas. Por el contrario, no se ha demostrado, a diferencia de lo que se afirma en el párrafo cuarto del punto 28 de la Decisión de la Comisión, que los revendedores dudaran en quejarse de esta falta de confirmación escrita. Por ello, procede dejar este elemento al margen del debate.

b) Sobre la aplicación del artículo 86 a un sistema de bonificaciones por objetivos

70 Por lo que respecta a la aplicación del artículo 86 a un sistema de bonificaciones en función de objetivos de ventas como el que se ha descrito anteriormente, procede recordar, en primer lugar, que, al prohibir la explotación abusiva de una posición dominante en el mercado en la medida en que pueda afectar al comercio entre los Estados miembros, el artículo 86 del Tratado tiene por objeto los comportamientos que puedan influir en la estructura de un mercado en el que, precisamente como consecuencia de la presencia de la empresa interesada, la competencia está ya bastante debilitada, y que tienen por efecto impedir, por medios distintos de los que rigen una normal competencia entre productos o servicios sobre la base de las prestaciones de los agentes económicos, el mantenimiento del grado de competencia que aún existe en el mercado o su desarrollo.

71 En relación, más concretamente, con la concesión de descuentos a sus clientes por parte de una empresa que disfrute de una posición dominante, el Tribunal

de Justicia declaró, en sus sentencias de 16 de diciembre de 1975, Suiker Unie y otras (asuntos acumulados 40/73 a 48/73, 50/73, 54/73 a 56/73, 111/73, 113/73, y 114/73,↔ Rec. p. 1663) y en la citada Hoffmann-La Roche/Comisión, que, a diferencia de un descuento por volumen, relacionado únicamente con el volumen de compras efectuadas al productor interesado, un descuento por fidelidad que tiende a impedir, mediante la concesión de ventajas financieras, el abastecimiento de los clientes de otros productores competidores, constituye un abuso a efectos del artículo 86 del Tratado.

72 Por lo que respecta al sistema objeto de litigio en el presente caso, caracterizado por la utilización de objetivos de ventas, procede observar que dicho sistema no constituye un simple descuento por volumen relacionado únicamente con el volumen de las compras efectuadas, y que la escala progresiva en función del volumen de ventas del año anterior sólo sirve de marco de referencia en el que se aplica dicho sistema. Por lo demás, la propia NBIM señaló que la mayoría de los revendedores que compraban más de 3.000 neumáticos al año se encontraban de todos modos en el tramo de descuentos más elevado. Por otra parte, el sistema objeto de litigio no suponía, por parte de los revendedores, ningún compromiso de exclusividad o de cobertura de una determinada proporción de sus necesidades con neumáticos de NBIM, lo que lo distingue de los descuentos por fidelidad como el que fue objeto de la sentencia del Tribunal de Justicia de 13 de febrero de 1979, antes citada.

73 En consecuencia, para apreciar si NBIM incurrió en una explotación abusiva de su posición dominante mediante este sistema de descuentos, procede apreciar el conjunto de las circunstancias y, en particular, los criterios y condiciones de concesión del descuento, y examinar si dicho descuento pretende, mediante la concesión de una ventaja no basada en ninguna contraprestación económica que la justifique, privar al comprador de la posibilidad de elegir sus fuentes de abastecimiento, o al menos limitar dicha posibilidad, impedir el acceso al mercado de los competidores, aplicar a sus socios comerciales condiciones desiguales para prestaciones equivalentes o reforzar su posición dominante mediante la distorsión de la competencia.

74 A la luz de estas consideraciones, procede examinar los motivos de la demandante en contra de las dos imputaciones formuladas en la Decisión objeto de litigio por lo que respecta al sistema de bonificaciones en general,

es decir, la imputación según la cual la NBIM vinculó a ella a los revendedores de neumáticos de los Países Bajos y aquella según la cual les aplicó condiciones desiguales para prestaciones equivalentes.

c) Sobre la creación de un vínculo de dependencia de los revendedores con respecto a NBIM

75 En este contexto, el primer motivo de la demandante contradice la afirmación formulada por la Comisión en la Decisión objeto de litigio en el sentido de que el conjunto de las circunstancias pone de manifiesto que, mediante su sistema de bonificaciones, NBIM vinculaba estrechamente a los revendedores de neumáticos.

76 En apoyo de esta imputación, la Comisión expuso, en la motivación de la Decisión, que el sistema de bonificaciones tenía la finalidad de ejercer una fuerte presión sobre los revendedores para que superaran cada año su volumen de ventas de neumáticos Michelin del año anterior y aumentaran la proporción de neumáticos Michelin en sus ventas totales, como, a su entender, lo demuestra el cálculo sistemático por parte de los representantes comerciales de la posición de NBIM con respecto a sus competidores en las ventas totales de cada uno de los revendedores («temperatura Michelin»). Según la Comisión, esto constituye, de manera característica, una explotación abusiva de su posición dominante.

77 No obstante, procede señalar que, durante el procedimiento ante el Tribunal de Justicia, la Comisión admitió que NBIM había dejado de registrar lo que se dio en denominar «temperatura Michelin» en las fichas de los clientes, y que no había sido posible probar la existencia de una relación directa entre esta «temperatura Michelin» y los objetivos y bonificaciones. La Comisión se limitó a observar que era muy probable que existiera una relación indirecta entre la «temperatura Michelin» y el sistema de bonificaciones. No obstante, semejante alegación, que no se sustenta en ningún elemento de prueba y que es discutida por NBIM, no puede bastar para acreditar que el sistema de bonificaciones controvertido fuera contrario al artículo 86 a este respecto.

78 Asimismo, la Comisión alegó que un sistema basado en objetivos anuales ejerce una fuerte presión sobre el revendedor que le incita a abastecerse del

mismo proveedor en razón de la incertidumbre sobre los importes de las bonificaciones y del riesgo de perder una parte de la bonificación en caso de no alcanzar el objetivo de ventas, que se vio acentuada en el presente caso por la falta de transparencia del sistema y por el hecho de que los representantes comerciales de NBIM llamaran sistemáticamente la atención de los revendedores sobre las eventuales ventajas de realizar un último pedido a finales de año o sobre las eventuales consecuencias de la no consecución de los objetivos establecidos.

79 NBIM negó la existencia de un vínculo de dependencia de los revendedores con respecto a ella, poniendo de relieve, en particular, la escasa magnitud de las variaciones entre las bonificaciones en función de los objetivos, cuya contrapartida consiste, según afirma, en la ventaja que para ella suponía poder mejorar la planificación de su producción. Asimismo, alegó que el funcionamiento de su sistema de bonificaciones era del conocimiento de todos sus revendedores como consecuencia de una dilatada práctica, y que, por consiguiente, no existía a este respecto ninguna incertidumbre para los mismos. El sistema de bonificaciones objeto de litigio tenía la finalidad, según sostiene, de remunerar la compra de cantidades crecientes de mercancías. Prohibir a la empresa dominante aplicar un sistema como éste equivaldría a condenarla a perder su posición.

80 A este respecto, procede señalar, en primer lugar, que, en efecto, las variaciones de las bonificaciones de entre el 0,2 y el 0,4 % en función del cumplimiento del objetivo de ventas, tal como se ha acreditado en el procedimiento ante el Tribunal de Justicia, son muy pequeñas. No obstante, no pueden apreciarse los efectos de la bonificación de que se trata en función únicamente del porcentaje de variación relacionado con el cumplimiento de los objetivos.

81 El período de referencia del sistema de bonificaciones era anual. Ahora bien, es inherente a cualquier sistema de bonificaciones concedidas en función de las cantidades vendidas durante un período de referencia relativamente dilatado que, al final del período de referencia, aumente la presión para el comprador para alcanzar el volumen de compras necesario para obtener la ventaja o no incurrir en la penalización prevista para el conjunto del período. En el presente caso, las variaciones del importe de la bonificación como consecuencia de la realización de un último pedido, aunque fuera de escasa

importancia, dentro de un determinado año, repercutían en el margen de beneficio del revendedor sobre las ventas de neumáticos Michelin para vehículos pesados de todo el año. En estas circunstancias, incluso pequeñas variaciones podían ejercer una presión considerable sobre los revendedores.

82 Este efecto se vio reforzado por las grandes diferencias existentes entre la cuota de mercado de NBIM y las de sus principales competidores. En efecto, un competidor de NBIM que deseara ofrecer a un revendedor una ventaja competitiva por la realización de un pedido debía tener en cuenta, en especial a finales de año, el valor absoluto de la bonificación anual por objetivos de NBIM y establecer la cuantía de su propia bonificación en un porcentaje muy elevado, en términos relativos, con respecto al volumen más reducido de las compras del revendedor a dicho competidor. En consecuencia, resultaba difícil para los competidores, pese al porcentaje aparentemente bajo de la bonificación de NBIM de que se trata, compensar las ventajas o las pérdidas para los revendedores derivadas del cumplimiento o incumplimiento de los objetivos de NBIM.

83 Por otra parte, la falta de transparencia del conjunto del sistema de bonificaciones de NBIM, cuyas modalidades cambiaron además en varias ocasiones en el transcurso del período de referencia, así como la circunstancia de que ni la magnitud de las bonificaciones ni los objetivos de ventas y las bonificaciones correspondientes a los mismos fuesen comunicados por escrito a los revendedores, producían el efecto de colocar a éstos en una situación de inseguridad en la que, por lo general, no estaban en condiciones de prever con certeza las consecuencias que podía tener el cumplimiento o incumplimiento de sus objetivos de ventas.

84 Todos estos factores contribuyeron a crear una situación en la que los revendedores estaban expuestos, en particular hacia finales de cada año, a una presión considerable para alcanzar los objetivos de ventas de NBIM si no querían correr el riesgo de incurrir en pérdidas que difícilmente podían compensar los competidores mediante los descuentos que, por su parte, estaban en condiciones de ofrecer. Su red de representantes comerciales permitía a NBIM recordar en todo momento a los revendedores esta situación, con el fin de incitarles a realizar pedidos a NBIM.

85 Una situación de este tipo puede impedir a los revendedores elegir en cada momento, libremente y en función de la situación del mercado, la oferta más favorable entre las que les hagan los diferentes competidores, así como cambiar de proveedor sin una pérdida económica significativa. De este modo, limita las posibilidades de elección de los revendedores por lo que respecta a sus fuentes de abastecimiento, y dificulta a los competidores el acceso al mercado. Ni el deseo de incrementar las ventas ni el de planificar mejor la producción pueden justificar semejante restricción de la libertad de elección y la independencia del cliente. En consecuencia, la situación de dependencia de los revendedores creada por el sistema de bonificaciones objeto de litigio no se basa en ninguna contrapartida justificada desde un punto de vista económico.

86 En consecuencia, procede concluir que, al vincular a ella a los revendedores de los Países Bajos mediante el sistema de bonificaciones objeto de litigio que se ha descrito anteriormente, NBIM explotó de manera abusiva, a efectos del artículo 86 del Tratado, su posición dominante en el mercado de neumáticos nuevos de recambio para vehículos pesados. En consecuencia, procede desestimar el motivo alegado por la demandante contra esta declaración de la Decisión litigiosa.

d) Sobre la discriminación de determinados revendedores

87 Mediante un segundo motivo relativo al sistema de bonificaciones en general, la demandante niega la declaración de la Comisión según la cual el sistema de bonificaciones de NBIM suponía la aplicación a los revendedores de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes a efectos de la letra c) del artículo 86, en la medida en que se aplicaban bonificaciones diferentes a revendedores que se encontraban en situaciones comparables. Según NBIM, dichas bonificaciones no son discriminatorias, y las diferencias entre los importes de las bonificaciones practicadas a diferentes revendedores resultan de la aplicación de una escala de bonificaciones en función de las compras totales del revendedor a NBIM durante el año precedente.

88 Para justificar su afirmación, la Comisión se basó, durante el procedimiento ante el Tribunal de Justicia, en una comparación entre la bonificación percibida por diferentes revendedores y las cantidades anuales de neumáticos

para vehículos pesados compradas por éstos, así como en una tabla en la que figura el número de neumáticos vendidos de las diferentes categorías de neumáticos que se beneficiaron de los diferentes porcentajes de descuento en 1976, destacando una serie de incoherencias y anomalías que, a su entender, se desprenden de estos documentos y demuestran la existencia de discriminaciones.

89 No obstante, de todo lo dicho anteriormente en relación con el funcionamiento del sistema de bonificaciones se desprende que el importe de la bonificación anual variable dependía, en primer lugar, no del número de neumáticos para vehículos pesados comprados por el revendedor, sino de su volumen de ventas de neumáticos Michelin de todas las categorías. Por otra parte, la Comisión tuvo que admitir, en el procedimiento ante el Tribunal de Justicia, que había cometido un error en relación con la interpretación de determinadas indicaciones que aparecen en las fichas de clientes utilizadas por NBIM para la aplicación de su sistema de bonificaciones. No puede excluirse que sean precisamente tales indicaciones las que expliquen las incoherencias y anomalías que la Comisión creyó percibir en los documentos que examinó.

90 Es cierto que un sistema basado en objetivos individuales de ventas, definidos o convenidos anualmente para cada revendedor, conduce necesariamente a ciertas diferencias en el importe de las bonificaciones concedidas a los distintos revendedores con un mismo número de neumáticos comprados, y que NBIM ha reconocido, además, que no pudo aplicar su escala de bonificaciones de manera automática, ya que algunos revendedores no aceptaron una reducción automática de la bonificación como consecuencia de una reducción del volumen de ventas. No obstante, no ha quedado acreditado que estas diferencias de trato entre los diferentes revendedores se deban a la aplicación de criterios desiguales y que no estén justificadas por consideraciones comerciales legítimas. En consecuencia, no cabe deducir la existencia de una discriminación de determinados revendedores por parte de NBIM.

91 En consecuencia, procede concluir que la Comisión no consiguió demostrar que el sistema de bonificaciones objeto de litigio supusiera la aplicación de bonificaciones discriminatorias a diferentes revendedores y que la Decisión objeto de litigio debe anularse en la medida en que declara, en la letra a) de

su artículo 1, que NBIM vulneró las disposiciones del artículo 86 al aplicar a sus revendedores condiciones desiguales para prestaciones equivalentes.

2. *Sobre la bonificación suplementaria de 1977*

92 A continuación, la demandante contradice la declaración realizada por la Comisión en la Decisión objeto de litigio según la cual NBIM abusó de su posición dominante por la concesión, en 1977, de una bonificación extraordinaria del 0,5 % sobre las compras de neumáticos para camiones, autobuses, etc. supeditada al cumplimiento de un objetivo referido a la compra de neumáticos para turismos.

93 Según la Comisión, esta bonificación suplementaria pretendía imponer a los revendedores un esfuerzo especial en el mercado de neumáticos para turismos para poder beneficiarse de una ventaja sobre las ventas de neumáticos para vehículos pesados. A su entender, se trata, en este caso, de una técnica comercial similar a la contemplada en la letra d) del artículo 86.

94 NBIM sostiene que la Comisión se basó en una interpretación errónea de los hechos. En su opinión, la bonificación suplementaria concedida en 1977 no puede considerarse una bonificación sobre las ventas de neumáticos para vehículos pesados supeditada al cumplimiento de un objetivo de ventas de neumáticos para turismos. NBIM niega, asimismo, que la concesión de esta bonificación estuviera supeditada a un objetivo especial distinto del objetivo establecido normalmente para la venta de neumáticos para turismos.

95 A este respecto, procede observar, en primer lugar, que, tal como se desprende de las explicaciones aportadas por las partes en el procedimiento ante el Tribunal de Justicia, NBIM practicaba, en el ámbito de los neumáticos para turismos, un sistema de bonificaciones muy similar al aplicado a las ventas de neumáticos para vehículos pesados. En el marco de este sistema, en 1977 NBIM incrementó en un 0,5 % el importe de la bonificación anual variable que ofrecía a cada revendedor por las ventas de neumáticos para turismos.

96 Ha quedado acreditado que, en 1977, debido a una escasez pasajera, NBIM no estaba en condiciones de satisfacer la demanda de neumáticos para vehículos pesados del mercado neerlandés. Por lo tanto, los revendedores se

vieron privados de la posibilidad de realizar sus objetivos de ventas de neumáticos para vehículos pesados. Estas fueron las circunstancias en las que NBIM concedió la bonificación suplementaria objeto de litigio.

97 De lo que precede se desprende que, independientemente de la cuestión de si esta bonificación suplementaria estaba o no supeditada a un objetivo especial más elevado, y al margen también de si dicha bonificación se anunció a principios de año o sólo en septiembre de 1977, la misma se inscribía en el marco general del funcionamiento de la bonificación anual variable sobre las ventas de neumáticos para turismos. Si bien los motivos de NBIM para conceder esta bonificación eran compensar las pérdidas para los revendedores derivadas de la imposibilidad, por parte de NBIM, de suministrarles las cantidades de neumáticos para vehículos pesados necesarias para cumplir sus objetivos de ventas en este ámbito, no es menos cierto que dicha bonificación se concedía sobre las ventas de neumáticos para turismos y en función de un objetivo establecido en este mismo ámbito, y que era independiente de la cantidad vendida de neumáticos para vehículos pesados.

98 De ello se desprende que no cabe calificar esta bonificación, como hizo la Comisión, de bonificación sobre las ventas de neumáticos para vehículos pesados. Con dicha bonificación, NBIM no supeditó la concesión de una ventaja referida a las ventas realizadas en un mercado a la consecución de un objetivo de ventas en otro mercado. En consecuencia, la tesis de la Comisión según la cual el comportamiento objeto de litigio guarda relación con una prestación subordinada a efectos de la letra d) del artículo 86 carece de fundamento.

99 En consecuencia, procede concluir que la Comisión no ha demostrado que, al conceder la bonificación suplementaria en 1977, NBIM explotó de una manera abusiva su posición dominante en el mercado de neumáticos para vehículos pesados, por lo que la letra b) del artículo 1 de la Decisión objeto de litigio debe ser anulada.

IV. Sobre el perjuicio del comercio entre los Estados miembros

100 La demandante niega que su sistema de bonificaciones pueda afectar al comercio entre los Estados miembros a efectos del artículo 86 del Tratado.

101 En su Decisión, la Comisión alegó que los restantes fabricantes, cuyas posibilidades de penetración en el mercado neerlandés se veían restringidas debido a la limitación de la libertad de compra de los revendedores, tenían sus unidades de producción, en buena parte, en otros Estados miembros, y que entre el 25 y el 28 % de los neumáticos para vehículos pesados que competían con los neumáticos Michelin en el mercado neerlandés procedían de otros Estados miembros de la Comunidad.

102 NBIM, apoyada por el Gobierno francés, sostuvo que un comportamiento limitado al territorio de un Estado miembro no puede afectar al comercio entre Estados miembros. A su entender, la tesis de la Comisión equivale a presuponer dicho perjuicio y se basa en un análisis meramente abstracto y teórico. En su opinión, la Comisión no acreditó de manera concreta que el comportamiento de NBIM afecte a la competencia y aísle el mercado de los Países Bajos.

103 A este respecto, procede observar que, cuando la empresa que disfruta de una posición dominante obstaculiza el acceso al mercado de los competidores, es indiferente que dicho comportamiento se registre solamente en el territorio de un único Estado miembro, desde el momento en que puede tener repercusiones sobre los flujos comerciales y la competencia en el mercado común.

104 En el presente caso, no existe discrepancia entre las partes sobre la existencia de flujos comerciales significativos por el hecho de que algunos competidores importantes estén establecidos en otros Estados miembros. Los efectos del sistema de bonificaciones sobre las posibilidades de los competidores de acceder al mercado de los Países Bajos ya han sido examinados en el marco del examen del carácter abusivo de este comportamiento de NBIM. Por lo demás, procede recordar que el artículo 86 no exige que se acredite que el comportamiento abusivo ha afectado efectivamente de manera significativa al comercio entre Estados miembros, sino que requiere únicamente que se acredite que dicho comportamiento puede tener dicho efecto.

105 De lo que precede se desprende que los motivos por los que se niega la existencia de perjuicio del comercio entre los Estados miembros por el sistema de bonificaciones de NBIM carecen de fundamento.

V. Sobre la determinación de la cuantía de la multa

106 La demandante objeta, en contra de la imposición de la multa, que no se le puede acusar de ninguna intencionalidad o negligencia por lo que respecta al comportamiento objeto de litigio, habida cuenta de que le habría sido imposible prever el cambio repentino de la práctica administrativa de la Comisión y de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia en materia de descuentos. Por último, solicita, con carácter subsidiario, una reducción de la multa.

107 A este respecto, procede señalar que NBIM conocía los antecedentes de hecho que justifican tanto la declaración de la existencia de una posición dominante en el mercado como la calificación del sistema de bonificaciones objeto de litigio como una explotación abusiva de dicha posición. Dicho sistema fue implantado con carácter deliberado. El hecho de que ni la Comisión ni el Tribunal de Justicia se hayan pronunciado hasta ahora sobre un sistema de bonificaciones con características idénticas a las del sistema litigioso no exime a NBIM de su responsabilidad. En todo caso, habida cuenta de las anteriores decisiones de la Comisión y de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, NBIM tenía motivos para esperar que dicho sistema se entraría dentro del ámbito de aplicación del artículo 86 del Tratado.

108 De ello se deduce que la Comisión obró correctamente al estimar que podía imponer a NBIM una multa con arreglo al apartado 2 del artículo 15 del Reglamento nº 17.

109 El importe de las multas que la Comisión puede imponer con arreglo a esta última disposición es de un mínimo de mil unidades de cuenta y un máximo de un millón de unidades de cuenta, pudiéndose elevar este límite máximo hasta el diez por ciento del volumen de negocios alcanzado durante el ejercicio económico precedente por la empresa de que se trate. Para establecer la cuantía de la multa dentro de dichos límites, dicha disposición requiere que se tomen en consideración la gravedad y duración de la infracción.

110 Por lo que respecta a la duración de la infracción, las partes no discuten que el sistema objeto de litigio se aplicó durante un período que fue, al menos, de 1975 a 1980. En cuanto al argumento de NBIM según el cual la propia Comisión hubiera podido acortar la duración de la infracción de haber

actuado con mayor prontitud, procede tener presentes las dificultades que planteaba la investigación de un procedimiento sobre un sistema de bonificaciones que no estaba plasmado por escrito, y cuyas condiciones eran poco transparentes. En estas circunstancias, la Comisión obró correctamente al tomar en consideración todo el período para determinar la duración de la infracción.

111 Para determinar la gravedad de la infracción, hay que tener en cuenta, según los casos, un gran número de elementos, entre los que pueden figurar, en particular, el tamaño y la capacidad económica de la empresa, de los que puede resultar indicativo el volumen de negocios global de la empresa, y la parte de dicho volumen de negocios que corresponde a las mercancías objeto de la infracción. En consecuencia, los argumentos invocados por NBIM en contra de la procedencia de que se tome en consideración su volumen de negocios carecen, en todo caso, de fundamento. Por lo demás, corresponde al Tribunal de Justicia, en el marco de su competencia de plena jurisdicción en la materia, apreciar por sí mismo las circunstancias del caso y el tipo de infracción de que se trata para determinar el importe de la multa.

112 A este respecto, procede señalar que las imputaciones formuladas por la Comisión contra la bonificación suplementaria concedida en 1977 no han resistido el examen del Tribunal de Justicia. Por otra parte, por lo que respecta al sistema de bonificaciones en general, se ha confirmado la imputación principal de la Comisión. Bien es cierto que no se ha demostrado el carácter discriminatorio de dicho sistema y que la magnitud de las variaciones de la bonificación en función de los objetivos de ventas fue considerablemente menor de lo que se desprende de la Decisión litigiosa. Además, la Comisión ha tenido que admitir haber hecho una interpretación errónea de las fichas de clientes utilizadas por NBIM, y no ha conseguido sostener su alegación de que los objetivos de ventas establecidos por NBIM pretendían imponer a los revendedores una proporción siempre creciente de neumáticos Michelin en su volumen de negocios total. No obstante, aunque estas circunstancias pueden llevar a establecer la multa en una menor cuantía de lo que lo hace la Comisión, ello no afecta, en lo fundamental, a la gravedad del abuso de la posición dominante por parte de NBIM.

113 En consecuencia, procede establecer el importe de la multa teniendo en cuenta que ha quedado acreditado que, aunque el margen de variación de la

bonificación fuera relativamente reducido y no se haya demostrado discriminación en su aplicación, el sistema de bonificaciones, salvo la bonificación suplementaria de 1977, tuvo un efecto negativo sobre la libre competencia en el mercado común, que es uno de los principios fundamentales del Tratado. En estas circunstancias, está justificado establecer la multa en 300.000 ECU, es decir, 808.758 HFL.

114 Como ya se ha indicado anteriormente, procede anular la letra a) del artículo 1 de la Decisión objeto de litigio en la medida en que en ella se declara que NBIM aplicó a los revendedores condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, así como la letra b) de su artículo 1, relativa a la bonificación suplementaria de 1977. La multa impuesta en el artículo 2 de la Decisión debe establecerse en 300.000 ECU, es decir, 808.758 HFL. Procede desestimar el recurso en todo lo demás.

VI. Costas

115 A tenor del apartado 2 del artículo 69 del Reglamento de Procedimiento, la parte que pierda el proceso será condenada en costas, si así lo hubiera solicitado la otra parte. Según el párrafo primero del apartado 3 del mismo artículo, el Tribunal de Justicia podrá repartir el pago de las mismas, parcialmente o en su totalidad, cuando sean desestimados respectivamente uno o varios de los motivos de las partes.

116 En el presente caso, han sido desestimados algunos de los motivos de cada una de las partes, incluida la parte coadyuvante. En consecuencia, procede repartir el pago de las costas.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA,

decide:

1) **Anular la letra a) del artículo 1 de la Decisión de la Comisión, de 7 de octubre de 1981 (IV/29.491 –Bandengroothandel Frieschebrug BV/NV Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin–; DO L 353,**

p. 33), en la medida en que declara que NBIM aplicó a los revendedores de neumáticos de los Países Bajos condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, así como la letra b) del artículo 1 de dicha Decisión.

2) **Establecer la multa impuesta a la parte demandante en el artículo 2 de dicha Decisión en 300.000 ECU, es decir, 808.758 HFL, pagaderos en HFL.**

3) **Desestimar el recurso en todo lo demás.**

4) **Cada parte, incluida la parte coadyuvante, cargará con sus propias costas.**

Mertens de Wilmars Koopmans Bahlmann Galmot

Pescatore Mackenzie Stuart O'Keeffe Due Everling

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 9 de noviembre de 1983.

El Secretario
por orden
H.A. Rühl
Administrador principal

El Presidente
J. Mertens de Wilmars

Indice

Fundamentos de Derecho

I. Sobre la regularidad del procedimiento administrativo 908

1. Sobre la no divulgación de los documentos del expediente 908
2. Sobre la falta de examen de los resultados de la audiencia y de las declaraciones de los testigos y peritos 909
3. Sobre la no revelación, durante el procedimiento administrativo, de los criterios basándose en los cuales la Comisión pretendía determinar la cuantía de la multa 910

II. Sobre la posición dominante de NBIM 911

1. Sobre la parte sustancial del mercado común relevante 911
2. Sobre la apreciación de la posición de NBIM frente a la competencia 913
   a) Sobre la cuota de NBIM en el mercado de los productos relevante 913
      aa) Sobre el mercado de neumáticos de recambio para vehículos pesados 914
      bb) Sobre la consideración de la competencia de los neumáticos recauchutados 918
   b) Sobre los restantes criterios e indicios a favor o en contra de la existencia de una posición dominante 920

III. Sobre la explotación abusiva de la posición dominante 923

1. Sobre el sistema de bonificaciones en general 923
   a) Sobre el funcionamiento del sistema de bonificaciones 924
   b) Sobre la aplicación del artículo 86 a un sistema de bonificaciones por objetivos 925
   c) Sobre la creación de un vínculo de dependencia de los revendedores con respecto a NBIM 927
   d) Sobre la discriminación de determinados revendedores 930

2. Sobre la bonificación suplementaria de 1977 932

IV. Sobre el perjuicio del comercio entre los Estados miembros 933

V. Sobre la determinación de la cuantía de la multa 935

VI. Costas 937