II

(Actos cuya publicación no es una condición para su aplicabilidad)

COMISIÓN

DECISIÓN DE LA COMISIÓN

de 5 de diciembre de 2001

relativa a un procedimiento de aplicación del artículo 81 del Tratado CE

(Asunto IV/37.614/F3 PO/Interbrew y Alken-Maes)

[notificada con el número C(2001) 3915]

(Los textos en lengua francesa y neerlandesa son los únicos auténticos)

(2003/569/CE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Reglamento nº 17 del Consejo de 6 de febrero de 1962 [1], primer Reglamento de aplicación de los artículos 81 y 82 del Tratado, cuya última modificación la constituye el Reglamento (CE) nº 1/2003 [2], y, en particular, el apartado 2 de su artículo 15,

Vista la decisión de la Comisión de 29 de septiembre de 2000 de iniciar el procedimiento en el presente asunto,

Tras haber dado a las empresas en cuestión la ocasión de ser oídas con respecto a los cargos formulados por la Comisión, de acuerdo con las disposiciones del apartado 1 del artículo 19 del Reglamento nº 17 y del artículo 2 del Reglamento (CE) nº 2842/98 de la Comisión [3],

Habiendo consultado al Comité consultivo en materia de acuerdos y posiciones dominantes,

Visto el informe del Consejero auditor sobre el presente asunto (*),

Considerando lo siguiente:

1. INTRODUCCIÓN

(1) El presente asunto se refiere a unos acuerdos complejos y de larga duración que afectan al mercado belga de la cerveza (sectores hostelero y del comercio minorista). Interbrew NV y Alken-Maes NV, números uno y dos en el mercado belga de la cerveza, se dedicaron, concretamente, a una concertación bilateral y convinieron un pacto general de no agresión, los precios y actividades promocionales en el comercio minorista, el reparto de la clientela en el mercado de la hostelería (que incluía la hostelería «clásica» y los clientes denominados «nacionales»), la limitación de las inversiones y de la publicidad en el mercado hostelero y una nueva estructura de precios para la hostelería y el comercio minorista. Además intercambiaron información relativa a sus respectivas ventas en los sectores hostelero y del comercio minorista. Interbrew NV y Alken-Maes NV intentaron también desarrollar una parte de sus iniciativas en el marco de la Confederación de cerveceros belgas, en lo sucesivo, «CBB».

(2) En una concertación separada, Interbrew NV, Alken-Maes NV y las fábricas de cerveza NV Brouwerij Haacht y Martens NV se consultaron sobre la cerveza vendida

(*) DO C 187 de 7.8.2003.
(1) DO 13 de 21.2.1962, p. 204/62.
(2) DO L 1 de 4.1.2003, p. 1.
(3) DO L 354 de 30.12.1998, p. 18.

con marca propia, concretamente en lo referente a los clientes y precios, e intercambiaron informaciones sobre este segmento de mercado.

2. EL SECTOR CERVECERO BELGA

2.1. El mercado de la cerveza en Bélgica

2.1.1. *La oferta*

(3) El número de empresas cerveceras en Bélgica tiende a disminuir ligeramente con el paso del tiempo. En 1991, el número de empresas cerveceras que eran miembros de la CBB ascendía todavía a 76. A principios del año 2000, sólo contaba con 68 ([4]). Algunas de estas empresas cerveceras son, además, propietarias de varias fábricas de cerveza.

(4) Aunque en Bélgica opera un número relativamente importante de fábricas de cerveza, la producción de cerveza está muy concentrada en manos de un número limitado de cerveceros. Las cinco mayores fábricas de cerveza belgas representaron, en 1998, más de un 80 % de la producción total. El mismo año, las dos fábricas de cerveza más importantes de Bélgica, Interbrew NV y Alken-Maes NV, produjeron juntas cerca de un 70 % de la cerveza vendida en dicho país ([5]).

(5) Además de las cervezas de tipo pils, la oferta consta de una gran variedad de cervezas especiales como las cervezas de abadía y las trapenses, las «gueuzes» y las «krieks», las cervezas blancas, las ambarinas, las de temporada y numerosas cervezas regionales ([6]).

2.1.2. *La demanda*

(6) El consumo total de cerveza en Bélgica registra una ligera tendencia a la baja. En 1998 ascendió a un poco más de 10 millones de hectolitros, lo que representa una disminución anual media del 1,6 % con relación a 1993 ([7]). La pils representaba más de dos tercios de este volumen. Las cervezas ambarinas, las de abadía y las blancas son las cervezas especiales más consumidas, cada uno de estos tres tipos de productos representa alrededor del 5 % al 6 % del consumo total de cerveza ([8]). La producción de cerveza en Bélgica disminuyó un 0,4 % al año por término medio durante el período 1993-1998 ([9]).

(7) Alrededor del 60 % del volumen total de cerveza se consume en los puntos de venta del sector hostelero (hoteles, restaurantes y cafés), que son unos 50 000. La distribución de cerveza a las empresas del sector hostelero se efectúa principalmente por medio de comerciantes de cerveza (mayoristas que se dedican al sector hostelero). Aunque en los últimos años las fusiones, traspasos y ceses de actividad hayan hecho bajar el número de mayoristas en Bélgica, éstos son aún relativamente numerosos en el mercado. Las estimaciones varían entre 1 200 ([10]) y 1 800 ([11]). Los propios cerveceros realizan una parte limitada de la distribución al sector hostelero (distribución directa).

(8) Los minoristas venden el 40 % restante de la cerveza consumida. Además de las marcas de los propios cerveceros, las marcas propias («private labels») ganan importancia, en particular en el segmento de las pils. En 1998, el porcentaje de cervezas de marca propia ascendía al 5,5 % (550 000 hectolitros) del consumo total belga ([12]).

(9) Las principales tendencias observadas en Bélgica consisten en el carácter ligeramente decreciente de la demanda, el ligero descenso del número de empresas cerveceras, de mayoristas y de puntos de venta, la importancia cada vez mayor del comercio minorista en comparación con el sector hostelero y, por lo que se refiere a la venta minorista, el aumento de la importancia de las cervezas de marca propia.

2.1.3. *Control de precios*

(10) Hasta el 1 de mayo de 1993, el decreto ministerial que obligaba a declarar las subidas de precios (en lo sucesivo, «el control de precios») era aplicable al sector cervecero en Bélgica. En este contexto, los cerveceros tenían que comunicar al Ministerio competente, ya fuera con carácter individual o colectivamente por medio de su agrupación profesional, cualquier subida de precios que planearan aplicar ([13]). La CBB presentaba estas declaraciones en nombre de los cerveceros. Concretamente, la declaración debía contener una justificación en cifras de la subida de precios, así como una relación detallada de los precios aplicados que especificara, en particular, la escala de descuentos. También debían adjuntarse a la declaración los balances de las empresas en cuestión. El 23 de diciembre de 1992, la CBB presentó

([4]) Respuesta de la CBB de 1 de febrero de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614 02686-02701).

([5]) Respuesta de la CBB de 1 de febrero de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614 06563-06737).

([6]) La CBB distingue los siguientes tipos de cervezas: pils, ambarinas, blancas, de abadía, trapenses, de mesa, gueuze/afrutadas, inglesas, pils de lujo, sin alcohol y con bajo contenido de alcohol, rubias fuertes, regionales y amargas. Véase el sito internet: http://www.beerparadise.be.

([7]) *The beer service*, Informe anual 1999, Bélgica, abril de 1999, Canadean Ltd. Véase en el anexo I una reseña del consumo total de cerveza en Bélgica de 1993 a 1998.

([8]) Respuesta de la CBB de 1 de febrero de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614 06563-06737).

([9]) *The beer service*, Informe anual 1999, Bélgica, abril de 1999, Canadean Ltd (doc. 37614 09987).

([10]) *The beer service*, Informe anual 1999, Bélgica, abril de 1999, Canadean Ltd (doc. 37614 09968).

([11]) Respuesta de la CBB de 1 de febrero de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614 02685).

([12]) *The beer service*, Informe anual 1999, Bélgica, abril de 1999, Canadean Ltd.

([13]) Con arreglo al artículo 3 del Decreto, esta obligación no era aplicable a los productores cuyo volumen de negocios anual era inferior a 50 millones de francos belgas (BEF), ni para algunas cervezas especiales, como las cervezas amargas, las cervezas de abadía y las trapenses.

por última vez una declaración de subida de precios. El Ministro competente la autorizó el 6 de febrero de 1993, siempre que no se modificara la escala de descuentos y que los precios no volvieran a aumentar en 1993.

2.2. **Las fábricas de cerveza**

(11) Las cuotas de mercado de los cuatro cerveceros belgas en cuestión, durante el período 1992-1998 (en términos de volumen, en cifras redondeadas) se presentan en el anexo II. Las cuotas se refieren al conjunto del mercado y al segmento de la pils. También se distingue según el canal de distribución, es decir el sector hostelero o el comercio minorista (alimentación).

2.2.1. *Interbrew*

(12) Interbrew NV (en lo sucesivo, «Interbrew») es, con gran diferencia, el mayor cervecero belga. Las principales marcas que Interbrew explota en Bélgica son Jupiler y Stella Artois (pils), Hoegaarden (blanca) y Leffe (cerveza de abadía). Estas cuatro marcas figuran entre los diez productos más vendidos en el mercado belga. Interbrew posee también establecimientos en un gran número de países distintos de Bélgica y, concretamente, en la Unión Europea, en los Países Bajos, Reino Unido y Francia. Aparte de la Unión Europea, Interbrew opera, entre otros lugares, en Canadá, donde en 1995 compró la cervecera canadiense Labatt, así como en Europa Oriental y en Asia. Interbrew forma parte de las diez mayores empresas cerveceras del mundo. Interbrew cotiza en bolsa desde el 1 de diciembre de 2000. El volumen de negocios mundial de Interbrew ascendió a 8 605 millones de euros (EUR) en 2000. En el mercado belga de la cerveza, su volumen de negocios alcanzó en dicho año [> 500 millones] ([14]) EUR, de los cuales [< 5 millones] en el sector de las marcas de distribuidores.

2.2.2. *Danone y su filial Alken-Maes*

(13) Brouwerijen Alken-Maes NV (en lo sucesivo, «Alken-Maes»), número dos en el mercado belga, explota, en particular, las marcas Maes y Cristal (pils), así como Grimbergen (cerveza de abadía), Ciney (cerveza regional) y Brugs Tarwebier (cerveza blanca). En 2000, su volumen de negocios a escala mundial ascendió a 120,78 millones EUR. El mismo año, realizó en el mercado belga, sin distinción entre cervezas, un volumen de negocios de [> 100 millones] EUR. En dicho año, su volumen de negocios en el sector de las marcas de distribuidores ascendió a [< 5 millones] EUR.

(14) Alken-Maes nació en 1988 de la fusión de las fábricas de cerveza Alken-Kronenbourg (que entonces formaba parte del grupo francés BSN) y Maes. En 1992, BSN, que en 1994 pasó a denominarse Groupe Danone SA (en lo sucesivo «Danone»), adquirió una participación mayoritaria en Alken-Maes y sustituyó la dirección de la empresa. La fábrica de cerveza Kronenbourg, que opera en Francia, también formaba parte de Danone. En 2000, Danone vendió sus actividades en el sector cervecero a la empresa británica Scottish and Newcastle. El volumen de negocios de Danone a escala mundial ascendió a 14 287 millones EUR en 2000. En 1999 ([15]), realizó en el mercado belga, sin distinción entre cervezas, un volumen de negocios de [> 100 millones] EUR.

2.2.3. *Martens*

(15) Martens NV (en lo sucesivo, «Martens») produce, en particular, cerveza pils vendida con marca propia por grandes cadenas de venta minorista como Aldi. También elabora cerveza por cuenta propia, con la marca Sezoens e importa de Alemania la marca barata Karlsberg (no confundir con la Carlsberg danesa). En 2000, realizó un volumen de negocios a escala mundial de 33 598 507 EUR, de los cuales [< 50 millones] EUR en el mercado belga. En 2000, el volumen de negocios de Martens en el mercado belga de las marcas de distribuidores ascendió a [> 5 millones] EUR.

2.2.4. *Haacht*

(16) NV Brouwerij Haacht (en lo sucesivo, «Haacht») fabrica principalmente pils. Su marca más importante es Primus. Haacht realizó en 2000 un volumen de negocios a escala mundial de 69 416 371 EUR, de los cuales [< 50 millones] EUR en el mercado belga. El volumen de negocios de Haacht en el mercado belga de las marcas de distribuidores durante el año 2000 ascendió a [> 5 millones] EUR.

2.2.5. *La asociación de empresas — la Confederación de cerveceros belgas (CBB)*

(17) Todas las empresas cerveceras antes citadas son miembros de la asociación de empresas CBB. La CBB defiende los intereses de sus miembros. La gestión diaria de la CBB está encomendada a un Director. Las actividades de la CBB se distribuyen entre distintos grupos de trabajo y/o comisiones, compuestos por representantes de los miembros.

([14]) Se han suprimido determinadas partes del presente texto con objeto de garantizar que no se haga pública ninguna información confidencial; estas partes se señalan mediante corchetes.

([15]) Puesto que Danone vendió sus actividades en el sector cervecero a mediados de 2000, las cifras correspondientes a 1999 dan una imagen más precisa del volumen de negocios anual de Danone en este sector.

2.3. **Intercambios entre Estados miembros**

(18) Para analizar correctamente las cifras disponibles conviene tener en cuenta los elementos siguientes. Según Canadean, oficina especializada en estudios de mercado, es difícil reconstituir la estructura real de los intercambios internacionales a partir de las estadísticas oficiales publicadas por el Banco nacional. Así, a principios de 1995, Interbrew adquirió la fábrica de cerveza neerlandesa Oranjeboom. Desde entonces, con el fin de racionalizar en la medida de lo posible su producción, Interbrew exporta ciertas cantidades de cerveza a granel desde Bélgica a los Países Bajos, lugar en donde se envasa la cerveza antes de reexportarse para su consumo en Bélgica. Sin embargo, a falta de otros datos, Canadean sigue utilizando las estadísticas del Banco nacional ([16]). También la CBB se remite, cuando se le plantea la pregunta, a las estadísticas del Banco nacional, que por otra parte han sido publicadas en el «Diario del Cervecero», la revista de la CBB ([17]). Las estadísticas utilizadas a continuación no dan pues una medida precisa (no existe actualmente), sino que tienen más bien un valor orientativo.

(19) Según la empresa consultora Canadean, entre 1993 y 1998, las importaciones de cerveza en Bélgica pasaron de 454 000 hectolitros a 916 000 hectolitros al año (es decir, cerca del 9 % del consumo total). En 1998, más del 80 % de este volumen procedía de otros Estados miembros. Los principales países de origen son los Países Bajos, Dinamarca, Reino Unido, Alemania y Francia ([18]). Según Interbrew, las importaciones en Bélgica habían pasado de 337 453 hectolitros a 731 202 hectolitros entre 1993 y 1998. El informe redactado en 1994 por Arthur D. Little (empresa consultora), a solicitud de la CBB, cifra en 60 000 hectolitros el volumen exportado de Francia a Bélgica. Del encargo hecho al consultor se desprende que la CBB se preocupaba también por la existencia de importaciones paralelas ([19]). Se habla, en particular, de importaciones paralelas cuando un mayorista belga compra pils de la marca Jupiler (un producto de Interbrew) a la filial francesa de Interbrew y vende a continuación esta cerveza en el mercado belga. El informe de Arthur D. Little indica también que los precios franco fábrica de la cerveza en Bélgica (en 1994) son claramente más elevados que en Francia ([20]).

(20) Una serie de documentos de 1993 describe las repercusiones de las importaciones paralelas sobre Interbrew así como el vínculo directo existente entre las diferencias de precio entre Bélgica y Francia y estas importaciones. Se menciona como (posible) consecuencia la «desestabilización del conjunto del mercado cervecero belga», observando que «la fijación de precios, la política de concesión de descuentos [...] no son cuestiones nacionales, pero deben discutirse cada vez más a escala internacional.» ([21])

(21) Bélgica es un importante exportador de cerveza. Entre 1993 y 1998, el volumen total de cerveza exportada pasó de 3,6 millones de hectolitros a más de 4,8 millones de hectolitros al año. Más del 90 % de este volumen se exporta a otros Estados miembros, principalmente Francia, Países Bajos, Alemania, Italia y Reino Unido ([22]).

3. **PROCEDIMIENTO**

(22) Los días 26 y 27 de octubre de 1999, de conformidad con lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 14 del Reglamento nº 17, se realizaron verificaciones en las oficinas de Alken-Maes en Waarloos, así como en las de la CBB en Bruselas.

(23) El 11 de noviembre de 1999, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 11 del Reglamento nº 17, se enviaron solicitudes de información a Interbrew, Alken-Maes y a la CBB. Concretamente, se solicitó a Interbrew, a tenor de una jurisprudencia reiterada del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas ([23]), que presentara de nuevo a la Comisión los documentos de los que ésta había hecho copias en el marco de otro procedimiento, una verificación efectuada en las oficinas de Interbrew en Lovaina los días 13 y 14 de julio de 1999. Se trata de los documentos que dieron directamente origen a las verificaciones efectuadas en octubre de 1999.

(24) Los días 10, 23 y 24 de diciembre de 1999, la Comisión recibió las respuestas, respectivamente, de Alken-Maes, Interbrew y la CBB.

(25) El 27 de diciembre de 1999, Alken-Maes envió una declaración en la que invocaba la Comunicación de la Comisión relativa a la no imposición de multas o a la reducción de su importe en los asuntos relacionados con acuerdos entre empresas ([24]).

([16]) *The beer service*, Informe anual 1999, Bélgica, abril de 1999, Canadean Ltd doc. 37614 09954).

([17]) Respuesta de la CBB de 1 de febrero de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614.02683, 02720).

([18]) *The beer service*, Informe anual 1999, Bélgica, abril de 1999, Canadean Ltd.

([19]) Anexo 23 a la respuesta de Alken-Maes, de 10 de diciembre de 1999, a una solicitud de información (doc. 37614 01862-01925), verificaciones efectuadas en la CBB, documento ROK16 (doc. 37614 01268-01272).

([20]) Anexo B.9 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02062-02063).

([21]) Verificaciones efectuadas en Interbrew, documento MV15 (37614 8815-8820) [Original en lengua neerlandesa].

([22]) *The beer service*, Informe anual 1999, Bélgica, abril de 1999, Canadean Ltd.

([23]) Sentencias de 17 de octubre de 1989, asunto 85/87, Dow Benelux NV/Comisión, apartados 19 y 20, Rec. 1989, p. 3137; y de 16 de julio de 1992, asunto C-67/91, Direccion General de Defensa de la Competencia/Asociación Española de Banca Privada y otros, apartados 39 y siguientes, Rec. 1992, p. I-4785.

([24]) DO C 207 de 18.7.1996, p. 4.

(26) El 10 de enero de 2000 se envió una solicitud de información al Ministerio belga de asuntos económicos. Éste respondió mediante carta de 4 de febrero de 2000.

(27) El 12 de enero de 2000, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 11 del Reglamento nº 17, se envió una solicitud de información complementaria a la CBB. Ésta proporcionó la información pedida por carta de 1 de febrero de 2000.

(28) Mediante cartas de 14 y 19 de enero de 2000, Interbrew proporcionó información destinada a completar la que contenía su carta de 23 de diciembre de 1999. Como consecuencia de esta información, la Comisión remitió por fax a Interbrew, el 21 de enero, una solicitud de información complementaria e informal. Interbrew respondió por carta de 2 de febrero de 2000. Los días 8 y 28 de febrero de 2000, Interbrew envió información suplementaria.

(29) El 29 de febrero, Interbrew envió una declaración referente al mercado belga. Al igual que Alken-Maes, Interbrew transmitió esta declaración a la Comisión invocando la Comunicación de la Comisión relativa a la no imposición de multas o a la reducción de su importe en los asuntos relacionados con acuerdos entre empresas ([25]).

(30) Mediante carta de 7 de marzo de 2000, Alken-Maes completó y concretó su declaración de 27 de diciembre.

(31) El 22 de marzo de 2000, la Comisión, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 11 del Reglamento nº 17, envió solicitudes de información a las fábricas de cerveza Alken-Maes, Haacht y Martens. Alken-Maes y Haacht hicieron llegar sus respuestas a la Comisión el 5 de abril de 2000; Martens hizo lo propio el 6 de abril de 2000.

(32) De conformidad con lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 14 del Reglamento nº 17, la Comisión efectuó, el 3 de abril de 2000, verificaciones en las oficinas de Interbrew en Lovaina.

(33) El 14 de abril de 2000, la Comisión, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 11 del Reglamento nº 17, envió solicitudes de información a Danone, sociedad matriz de Alken-Maes, y a Heineken NV, empresa cervecera establecida en los Países Bajos. Danone y Heineken proporcionaron la información pedida por cartas de 10 y 11 de mayo de 2000 respectivamente.

([25]) Véase la nota 23.

(34) Además de las verificaciones y la correspondencia antes citadas, también se celebró una serie de reuniones entre funcionarios de la DG de Competencia de la Comisión y representantes de Interbrew, Alken-Maes y la CBB.

(35) El 29 de septiembre de 2000, la Comisión inició el procedimiento en el presente asunto y adoptó un pliego de cargos dirigido a las empresas destinatarias de la presente Decisión. Todas las partes presentaron observaciones escritas en respuesta a los cargos formulados por la Comisión. Dado que ninguna de las partes solicitó la celebración de una audiencia, la Comisión no la organizó.

(36) El 21 de diciembre de 2000 y con objeto de completar el expediente, Interbrew presentó otros dos documentos referentes a dos reuniones celebradas con Alken-Maes en el marco de los acuerdos bilaterales existentes entre ambas. Se ofreció a Alken-Maes y a Danone la posibilidad de comunicar su reacción a esta carta de Interbrew y a sus anexos.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS INFRACCIONES

4.1. Observación preliminar: las pruebas escritas

(37) Los hechos expuestos a continuación se basan en los elementos de prueba obtenidos en las verificaciones anteriormente mencionadas, por medio de las respuestas a las solicitudes de información o tras el envío espontáneo de información por las partes.

(38) Los elementos de prueba de los que dispone la Comisión contienen en numerosos casos los nombres de colaboradores o antiguos colaboradores de las empresas implicadas. En la presente Decisión se sustituyen estos nombres por las funciones que las personas correspondientes ejercían en la época de los hechos. Cuando, por este motivo, la cita de un documento probatorio difiere de la que figura en el texto del pliego de cargos, se indica, para los destinatarios de la presente Decisión, el punto correspondiente del pliego de cargos.

4.2. Introducción y resumen

(39) Los puntos siguientes contienen la descripción fáctica de unos acuerdos complejos y de larga duración, referentes al mercado belga de la cerveza (tanto por lo que se refiere al sector hostelero como al del comercio minorista). Interbrew y Alken-Maes, los números uno y dos en el mercado belga de la cerveza, se dedicaron, en particular, a una concertación bilateral y se pusieron de acuerdo

sobre los precios y las promociones en el comercio minorista, el reparto de la clientela en el mercado hostelero, la restricción de las inversiones y la publicidad en este mismo mercado, así como sobre su estructura de precios (punto 4.3), e intercambiaron información sobre sus respectivas cifras de ventas (punto 4.4). Interbrew y Alken-Maes intentaron también desarrollar parte de sus iniciativas en el marco de la CBB (punto 4.5). Además en un acuerdo separado, Interbrew, Alken-Maes y las fábricas de cerveza Haacht y Martens se concertaron e intercambiaron información sobre el segmento de la cerveza vendida con marca propia (punto 4.6).

4.3. **Reuniones bilaterales de Interbrew y Alken-Maes relativas al reparto del mercado, a los precios y a otras condiciones contractuales**

4.3.1. *Observaciones preliminares*

(40) Desde finales de 1992, al menos, y, en cualquier caso, hasta el principio del año 1998, se celebró un gran número de reuniones y contactos de otro tipo entre representantes de Interbrew y Danone, o de Alken-Maes, la filial de Danone que opera en Bélgica. La mayoría de las reuniones en las que participaron los representantes de Interbrew y Danone no revisten interés para el presente asunto, dado que se refirieron a posibles fusiones o compras así como a la posibilidad de que estas empresas cooperaran en mercados distintos del belga.

(41) Las reuniones y otros contactos descritos a continuación no dan pues una imagen exhaustiva de los contactos que tuvieron lugar entre los representantes de las empresas en cuestión. La descripción que sigue sólo se refiere a los contactos que revisten un interés para la presente decisión y que están documentados. Los demás contactos sólo se mencionan cuando se considera necesario para situar con precisión el contexto en el que se desarrollaron los contactos que presentan un interés para la presente decisión y que están documentados.

4.3.2. *Descripción de los hechos — cronología*

4.3.2.1. De finales 1992 a 1993

(42) Resumen

Durante el período que va de finales de 1992 a 1993, se mantuvieron contactos regulares y se concluyeron acuerdos sobre los precios en el comercio minorista. Se habló también de un recorte de las inversiones comerciales. El nombre en clave utilizado por Interbrew es «Université de Lille» ([26]). Danone desea, además intensificar la cooperación existente entre Interbrew y Alken-Maes. Al principio, Interbrew duda de la conveniencia de ampliar la cooperación, en particular, debido a las normas de competencia. Considera por otro lado que al ser el líder del mercado, está en condiciones de tomar algunas decisiones por sí sola.

(43) El 17 de noviembre de 1992 tiene lugar un encuentro entre representantes de Alken-Maes, Interbrew y Kronenbourg/Danone. Con esta ocasión, se presenta el nuevo Director general de Alken-Maes a Interbrew ([27]).

(44) El 28 de enero de 1993, el Director de «alimentación» para Bélgica de Interbrew informa del modo siguiente al Director general para Bélgica de Interbrew sobre el desarrollo de la «reunión de los comerciantes de cervezas» ([28]):

> «Después de largos debates, nos pusimos de acuerdo sobre lo siguiente:
>
> — ITW y Maes intentarán hacer subir lo más rápidamente posible los precios promocionales permanentes (política GIB) desde su nivel actual a 285 BEF en una primera fase, y a 295 BEF en una segunda fase. (...) [*N.B.*: muy probablemente se trata del precio de una caja de pils.]
>
> — promesa de no pagar para las cajas de pils, durante los tres próximos meses, ninguna intervención promocional ni ninguna intervención sobre folleto si no se respeta el precio mínimo. Prórroga del sistema después de reunión dentro de tres meses.».

([26]) Este nombre en clave se utiliza generalmente para la cooperación entre Interbrew y Alken-Maes; carta de Interbrew de 22 de diciembre de 1999 (doc. 37614 01984); véase también los considerandos 51, 60, 63, 107 y 108; posteriormente, se utilizó también el nombre en clave «project Green» para esta cooperación (véase los considerandos 68 y 71).

([27]) Carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 y su anexo I.2 (doc. 37614 2600); carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 y su anexo 18 (doc. 37614 7551-7552, 7680-7684); véase también el punto 44 del pliego de cargos.

([28]) Verificaciones efectuadas en Interbrew, documento LVL1 (doc. 37614 8559) [Original en lengua neerlandesa]; véase también el punto 45 del pliego de cargos.

En su respuesta al pliego de cargos, Danone indicó que se trataba de una reunión de los cerveceros con la federación de comerciantes de cervezas que tuvo lugar el 28 de enero de 1993.

(45) El 12 de marzo de 1993, se informa al «Chief Executive Officer» (CEO) en funciones de Interbrew mediante una nota del «Executive VicePresident Core Market Beers Europe» de Interbrew sobre los contactos mantenidos previamente para preparar una cena con un representante de Danone (denominada entonces BSN) ([29]):

«Hay una serie de reuniones entre [el Director gerente de Danone] y [el antiguo CEO de Interbrew]. Lo que se desprende es la posibilidad de estudiar una cooperación más estrecha (...). Personalmente, veo al Sr. [Director gerente de Kronenbourg, también Director general de Danone] varias veces al año en el marco del grupo de Amsterdam. La cuestión de la cooperación se aborda de vez en cuando, aunque existe una serie de limitaciones peligrosas. Hablé de su reunión del 16 de marzo con el Director para Francia (...) y con el Director para Bélgica (...).

3) Ámbito estratégico:

(...)

Bélgica:

Probablemente la parte más delicada de sus debates. Ellos probablemente desean reforzar la "cooperación" en Bélgica. [El antiguo CEO de Interbrew] nos obligó a discutir "porque necesitábamos un poco de dinero", pero tenemos serias reservas a este respecto, porque queremos evitar cualquier problema vinculado a los artículos 85 y 86 (...). Además ellos tienen más que ganar que nosotros.

Adjunto una nota que indica los temas que hemos abordado hasta ahora, pero por el momento no se ha hecho nada concreto. Mantenemos serias reservas ante la idea de proseguir estas conversaciones. Pienso que en Bélgica deberíamos dirigir el movimiento y tomar nosotros mismos estas decisiones, si son listos los otros seguirán» ([30]).

(46) La nota citada en la nota interna de 12 de marzo de 1993 data del 18 de febrero de 1993 ([31]) y tiene por objeto el «recorte de las inversiones comerciales con el fin de mejorar a corto, medio y largo plazo nuestra rentabilidad». El nombre en clave utilizado a tal efecto por Interbrew es «Université de Lille» ([32]). El 10 de diciembre de 1992 y el 19 de enero de 1993, se celebraron dos reuniones internas en Interbrew con este mismo nombre ([33]).

(47) La nota menciona, en particular, las conclusiones y recomendaciones siguientes:

«— transferir una parte de los costes de la dotación de material POS [*N.B.*: "Points Of Sale", es decir, puntos de venta] a los minoristas según el principio 50/50 acompañado de una subida del precio de los vasos (...).

— por lo que se refiere a los gastos publicitarios, lo ideal sería que no pasaran de 300 millones BEF en 1993, asumiendo que el competidor principal no pasa de 140 millones BEF. Estos gastos sólo se refieren a las Pils incluidas las NA [*N.B.*: "No Alcohol", es decir, sin alcohol] y las Light. (...)

([29]) Carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 y su anexo 1 (doc. 37614 7551-7552, 7558-7562); véase también el punto 46 del pliego de cargos.

([30]) «There have been a few meetings between Mr [...] and Mr. [...]. What transpired of those, was the possibility to explore closer cooperation (...). Personally, I see Mr. [...] through the Amsterdam Group a couple of times a year. The subject of "cooperation" comes up now and again, however there are some dangerous strings attached. I've discussed your meeting on March 16 with both our managers in France, (...) and in Belgium, (...) (...) 3) Strategic area: (...) Belgium: This is the trickiest part of your discussion. They probably want to increase "cooperation" in Belgium. Mr. [...] forced us to talk as "we needed some money", but we are most reluctant to do this as we want to avoid any problem touching article 85 or 86 (...). Also, they have more to gain than we. I attach a memo what we have been talking about so far, but so far, nothing concrete has been done. We are most reluctant to continue these discussions. I feel in Belgium, we should take the lead and make those decisions, others will follow if they are smart.»

([31]) Anexo 1 a la carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 7562) [Original en lengua neerlandesa]; véase también el punto 48 del pliego de cargos.

([32]) «Université de Lille: estudio proyecto de reducción de las inversiones comerciales con el fin de mejorar a corto, medio y largo plazo nuestra rentabilidad».

([33]) Anexo I.2 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 2600-2601).

— Otros parámetros objeto de estudio: coste instalación/mantenimiento establecimiento, política de precios en alimentación, nueva estructura de precios (...)» ([34]).

(48) A finales de abril 1993, el Director general de Interbrew para Bélgica y el Director general de Alken-Maes se reúnen en el restaurante Duc d'Arenberg en Bruselas ([35]).

(49) El 19 de agosto de 1993, el nuevo CEO de Interbrew (antes Executive VicePresident Core Market Beers Europe de Interbrew) escribe en una nota interna relativa al «Presupuesto 93/94» ([36]): «Por lo que se refiere al aumento de precios, 4 % es un reto. (...) deseamos naturalmente que realicen el 4 %. Si necesitan ayuda para convencer a Maes, háganmelo saber» ([37]).

(50) El 2 de noviembre, el CEO de Interbrew procede a una concertación con el minorista [...]. Informa a este respecto en una nota interna de 3 de noviembre de 1993 ([38]). Extracto de esta nota:

«[...] apreciaría mucho que Interbrew tomase la iniciativa de ponerse en contacto con [...] y [...] [*N.B.*: las tres principales cadenas de supermercados belgas], con el fin de llegar a un aumento gradual de los precios de la cerveza y los refrescos, de tal modo que alcance el nivel deseado por ITW [*N.B.*: Interbrew]. (...) Cuando comience a alcanzarse un consenso, se podrá prever una reunión entre los 3. (...) Creo que no sería mala idea que me invitaran a la cumbre con [...]. Hasta que no se establezcan los primeros contactos y se contemple la perspectiva de un acuerdo no me asociaré a la operación [Alken Maes]. La iniciativa de Maes del último año no resultó practicable: a) faltaba confianza, y también y seguramente b) Maes era demasiado pequeño. Sólo puede conseguirlo ITW.».

4.3.2.2. Año 1994

(51) Resumen

En 1994 los contactos entre Interbrew y Danone/Alken-Maes se intensifican. Danone presiona a Interbrew en una reunión que se celebra el 11 de mayo de 1994. Si las partes no se ponen de acuerdo en el mercado belga, Interbrew tendrá las cosas difíciles en el mercado francés. Aunque no presta atención a la exigencia de Danone relativa a la transferencia de 500 000 hectolitros a Alken-Maes, Interbrew no desea desencadenar un conflicto y las dos partes permanecen en estrecho contacto. Durante dos reuniones que se celebran en octubre de 1994, los Directores generales responsables de Bélgica elaboran un acuerdo de caballeros entre las dos fábricas de cerveza. Interbrew llama a este acuerdo «Université de Lille», aunque vaya más lejos que el proyecto del mismo nombre destinado a reducir las inversiones comerciales, citado en la nota de Interbrew de 18 de febrero de 1993 (véase el considerando 46). Ambas partes confirman el acuerdo en una reunión celebrada el 9 de noviembre de 1994. El 24 de noviembre, en el marco de la cooperación entre Interbrew y Alken-Maes, éstas celebran un acuerdo de reparto de los clientes.

(52) A principios de 1994, el CEO de Interbrew conoce al nuevo Director general de la división cerveza de Danone ([39]). En este primer encuentro y en los siguientes, quizá en Amsterdam y en cualquier caso en las oficinas de Danone en París, se habla, concretamente, de adoptar una determinada conducta en el mercado ([40]).

([34]) «— Transférer une partie des coûts de la dotation en matériel POS [*N.B.*: Points Of Sale, ou points de vente] aux revendeurs suivant le principe 50/50 accompagné d'une hausse de prix des verres (...). — En ce qui concerne les dépenses publicitaires, celles-ci idéalement ne devraient pas dépasser en 1993, 300 MBEF en assumant que le concurrent principal ne dépasse pas 140 MBEF. Ces dépenses ne concernent que les Pils y compris les NA [*N.B.*: No Alcohol, ou sans alcool] et Lights. (...) — Autres paramètres à l'étude: coût installation/maintenance débit, politique des prix en alimentaire, nouvelle tarification (...).».

([35]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento MV30 (doc. 37614 00554), carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 7554), carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (37614 7878); véase también el punto 50 del pliego de cargos.

([36]) Anexo 9 a la carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 7597); véase también el punto 51 del pliego de cargos.

([37]) «As far as the price increase is concerned, 4 % is a challenge. (...) Of course, we want you to do the 4 %. If you need help to convince Maes, let me know.».

([38]) Anexo 10 a la carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 7599-7600); véase también el punto 52 del pliego de cargos.

([39]) Carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y su anexo 1 (doc. 37614.7478, 7488), carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 y su anexo 18 (doc. 37614.7555, 7683); verificaciones efectuadas en Interbrew, documento MV3 (doc. 37614 8690); véase también el punto 54 del pliego de cargos.

([40]) «Ils ont eu des discussions sur un certain scénario de comportement de marché».

(53) En una reunión interna que tiene lugar en Interbrew el 5 de mayo de 1994, el CEO de Interbrew revela el planteamiento siguiente ([41]), que se ajusta a la solicitud de Danone/Kronenbourg. Interbrew debe ceder 500 000 hectolitros a Alken-Maes (en particular, en el comercio minorista). Si Interbrew no accede a esta petición, Interbrew Francia sería destruida y se atacaría a Interbrew en Bélgica mediante unos precios muy bajos ([42]).

(54) El 11 de mayo de 1994, algunos directivos de Danone e Interbrew discuten el planteamiento presentado por Kronenbourg en el restaurante «Le Roy d'Espagne» en Bruselas ([43]), domicilio social de Interbrew (Grande Place 1, B-1000 Bruselas). Probablemente también se hallaba presente un representante de Alken-Maes. En esta reunión se examinan los aspectos siguientes ([44]): «[el Director general de la división cerveza de Danone] reiteró sus exigencias de transferir 500 000 Hl a AM amenazando con destruir ITW en Francia. Preconizó un comportamiento ITW/AM en Bélgica calcado de "los acuerdos en Francia". (...) El mecanismo francés se resume en que los Directores de venta del sector alimentación (Food) de Heineken y Kronenbourg se ponen de acuerdo muy frecuentemente con el fin de controlar las respectivas cuotas de mercado manipulando, las promociones, los precios y las condiciones» ([45]).

(55) Un documento procedente de Heineken ([46]) confirma la declaración de Interbrew relativa a la relación entre los mercados belga y francés así como las propuestas de Kronenbourg/Danone. «Hace 3 años, [el Director general de la división cerveza de Danone] planteó a Interbrew la elección entre ceder 500 000 Hl a Maes o ser expulsado de Francia. Se refirió a las modalidades de cooperación entre Heineken y Kronenbourg en Francia.».

(56) En una conversación telefónica entre el CEO de Interbrew y el Director gerente de Danone, el 6 de julio de 1994, se habla de nuevo sobre la situación en Francia y Bélgica ([47]). En una nota interna de 7 de julio de 1994, el CEO de Interbrew escribe ([48]): «convine ayer con el "Big Boss" de "Green" [*N.B.*: Danone] no comenzar una guerra sino intentar ganar tiempo. Nuestro objetivo es encontrar una solución como, por ejemplo, un contrato comercial y llevar a la práctica la misma cosa en Bélgica. Vamos a permanecer en contacto con toda seguridad» ([49]). Aunque esta conversación telefónica se refiriera, según Danone, a los esfuerzos realizados en términos comerciales por Interbrew en Francia, hay documentos de Danone ([50]) que confirman la existencia de un pacto de no agresión entre Interbrew y Danone/Alken-Maes en el mercado belga. En este sentido, se habla de «julio de 94: casi firmar una paz con [el CEO de Interbrew]» ([51]) y de las «Cuotas de mercado juez de paz» ([52]). Estos mismos documentos confirman la relación entre los acuerdos celebrados respectivamente en el mercado belga y en el mercado francés: «Paz Bélgica ↔ Paz regional Francia → Paz nacional » ([53]).

(57) El 29 de agosto de 1994, un responsable de Interbrew y el Director general de Alken-Maes cenan

([41]) Carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 y su anexo 18 (doc. 37614 7683); véase también el punto 55 del pliego de cargos.

([42]) «[...] a évoqué avec nous, au cours d'une réunion interne (le 5 mai 1994), le scénario qui était une demande de Kronenbourg. En substance, KRO exerçait du chantage pour que ITW transfère 500 000 hl vers AM (surtout dans le Alimentación). Sinon, ils détruiraient ITW-France avec la complicité de Heineken et ils attaqueraient ITW en Belgique avec des prix très bas.».

([43]) Respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999, incluido su anexo B.3, a una solicitud de información la Comisión (doc. 37614.2002,2039), anexo I.2 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02602), anexo a la carta de Interbrew de 19 de enero de 2000 (doc. 37614 02672-02674), anexo 18 a la carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 7683); verificación en Interbrew, documentos MV5 y MV8 (37614.8692, 8695), respuesta de Danone de 10 de mayo de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614 9864-9865); véase también el punto 58 del pliego de cargos.

([44]) Anexo 18 a la carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 7683).

([45]) «[...] a réiteré ses exigences de transférer 500 000 hl vers AM sous menace de la destruction de ITW en France. Il a préconisé un comportement ITW/AM en Belgique qui serait calqué sur "les accords en France". (...) Le mécanisme français se résume à ce que les Directeurs de vente alimentaire (Food) de Heineken et Kronenbourg se concertent très fréquemment afin de contrôler les parts de marché respectives en manipulant, les promotions, les prix et les conditions.».

([46]) Respuesta de Heineken de 11 de mayo de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614 9947); véase también el punto 57 del pliego de cargos.

([47]) Carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 7552); véase también el punto 58 del pliego de cargos.

([48]) Anexo 2 a la carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 7564).

([49]) «J'ai convenu hier avec le "Big Boss" de "Green" [*N.B.*: Danone] de ne pas commencer une guerre mais d'essayer de gagner du temps. Notre but est de trouver une solution telle que, par exemple, un contrat commercial et de mettre la même chose en pratique en Belgique. Nous allons certainement rester en contact.».

([50]) Respuesta de Danone de 10 de mayo de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614 9829-9831, 9943-9944).

([51]) «Juillet 94: quasi signer une paix avec [...]»; véase también el punto 60 del pliego de cargos.

([52]) «Parts de Marché juge de paix».

([53]) «Paix Belgique ↔ Paix régionale France → Paix nationale».

juntos ([54]). El representante de Interbrew declara lo siguiente con respecto a esta reunión ([55]): «aunque no se habló del sector hostelero en la reunión del Roy d'Espagne, cuando [...] llegó a ser Director general de AM en Bélgica, empezó a llamarme con la petición deconcertarnos para controlar el incremento muy fuerte de las inversiones para celebrar contratos de cerveza. Hubo otras cuantas conversaciones, sobre todo telefónicas, con [el Director general de Alken-Maes]. Intentó crear un sistema de consulta previa para las compras y ventas de bares. Me negué sistemáticamente. En este contexto tuve una cena con [el Director general de Alken-Maes]. (...) El resultado fue mi nota de 5 de octubre a [el CEO de Interbrew]. (...) Durante esta cena hablamos de generalidades. Reiteré que los "mecanismos franceses" no se podían transponer a Bélgica.» ([56]).

(58) En una nota interna de Interbrew con fecha de 5 de octubre de 1994, se informa del modo siguiente sobre la cena con el Director general de Alken-Maes ([57]):

«1. Se da cuenta de que las situaciones en Francia y Bélgica son muy diferentes y que lo que puede hacerse en un país no puede hacerse en el otro.

2. Sufre una fuerte presión por parte de su central, que le incita a aplicar una política comercial agresiva en Bélgica, que teme que cueste cara y no sea necesariamente eficaz.

3. Acordamos que la discusión en la CBB del proyecto Hostelería 2000 de Arthur D. Little [*N.B.*: véase también a partir del considerando 129 puede constituir un foro conveniente para estudiar las maneras y medios de reducir el coste de las ventas en el sector hostelero].

4. Le señalamos que es él quien se puso agresivo y que reaccionaremos a sus acciones sobre los precios, en particular en el comercio minorista, pero que no tomaremos la iniciativa. (...)» ([58]).

(59) El nuevo Director general para Bélgica de Interbrew y el Director general de Alken-Maes se reúnen el 12 de octubre de 1994 en el Sheraton Airport Hotel del aeropuerto de Bruselas ([59]). En la nota preparatoria del Director comercial del sector Hostelero de Interbrew para Bélgica se indica ([60]):

«1. "poner fin a los ataques costosos"

ámbito de los clientes nacionales (...)

extremadamente difícil trazar una línea, pocas o ninguna norma

ámbito de la hostelería clásica (...)

sobre todo, es necesario definir metodología (...)

deben examinarse todas las dimensiones de los acuerdos comerciales:

a. política de inversión

b. sistema de descuentos (...)

c. intervenciones logísticas

([54]) Respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999, y su anexo B.4, a una solicitud de información (doc. 37614 2002-2003, 2040) y anexo I.2 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02602).

([55]) Anexo 18 a la carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 7683-7684); véase también el punto 59 del pliego de cargos.

([56]) «Bien que l'Horeca n'était pas discuté lors du meeting du Roy d'Espagne, [...], quand il est devenu directeur général de AM en Belgique, commence à m'appeler avec la demande de se concerter pour contrôler l'augmentation très forte des investissements pour conclure des contrats de brasserie. Il y a eu plusieurs autres conversations, surtout téléphoniques, avec [...]. Il a essayé de mettre sur pied un système de consultation préalable lors d'achats et de ventes de cafés. J'ai systématiquement refusé. Dans ce contexte j'ai eu un dîner avec R.V. (...) Le résultat a été ma note du 5 octobre à [...]. (...) Au cours de ce dîner nous en sommes restés à des généralités. J'ai réiteré que les "mécanismes français" n'étaient pas transponables en Belgique.».

([57]) Anexo I a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02014); véase también el punto 60 del pliego de cargos.

([58]) «1. He realizes that the situation in France and Belgium is very different and that what can be done in one country can not be done in the other. 2. He is under strong pressure from headquarters to pursue an aggressive commercial policy in Belgium which he fears will be costly and not necessarily efficient. 3. We agreed that discussion in the CBB on the Arthur D. Little Horeca 2000 project can be a good forum to study ways and means to reduce cost of doing business in Horeca. 4. We have communicated to him that he is the one who has become aggressive and that, particularly in the Alimentación, we will react to his price actions, but we will not take the initiative. (...)».

([59]) Respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 una solicitud de información (doc. 37614 2003-2004), anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02591), carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y su anexo 3 (doc. 37614.7478, 7495).

([60]) Anexo B5 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02041-02043); véase también el punto 62 del pliego de cargos.

2. "reducir los gastos improductivos"

ámbitos: publicidad, instalación de establecimientos...

Un enfoque común a raíz del estudio de Arthur D. Little puede ser muy beneficioso para todas las partes. Los dos principales cerveceros pueden dictar su ley y establecer las normas con la federación de comerciantes de cervezas.

(...)

4. generalidades

— (...) que no puede efectuarse ningún control de la aplicación de los acuerdos mutuos (o en todo caso por medio de un tercero neutro, pero en este caso los riesgos de filtración son demasiado importantes)

— recurrir a la CBB para lograr nuestros objetivos me parece más práctico (...).».

(60) En una nota interna de 14 de octubre de 1994 que tiene por objeto la «Université de Lille», el Director general para Bélgica de Interbrew informa sobre los resultados de la reunión de 12 de octubre de 1994 ([61]): «Se adjunta un documento de nuestros amigos y el enfoque en una página que propuse. Nuestros amigos aceptaron el principio» ([62]). El documento, que procede de Alken-Maes, describe la situación del sector de la cerveza en Bélgica y presenta posibles soluciones a los problemas registrados ([63]). En el «enfoque en una página», presentado por el Director general para Bélgica de Interbrew, se puede leer, en particular, lo que sigue ([64]):

«3. Acuerdo de caballeros:

— No atacar a las obligaciones [*N.B.*: puntos de venta del sector hostelero con los que se celebró un contrato de compra exclusiva]

— Nivel de los precios comercio minorista

— No atacar sistemáticamente a las marcas en el marco de las obligaciones de cada uno

4. Eficacia/dinámica del mercado

— Disminuir los gastos improductivos:

— POS [puntos de venta]

— Servicios de establecimiento

— Actividades prospecto [número, % de descuento, (...)]

— Inversiones en el sector hostelero (definiciones?!)

5. Medidas estructurales

Concentración de la producción

Política comercial (precio, 20 F...)» ([65]).

(61) En Danone también estaban al corriente de este acuerdo. Tras las verificaciones efectuadas por la Comisión en Alken-Maes, en una conversación telefónica interna de Danone que tiene lugar a finales de 1999 o comienzos de 2000 se hace referencia ([66]) a un «acuerdo 94 sobre los precios con el nombre de [Director general de Alken Maes]» ([67]).

(62) Una nota sin fecha del Director general para Bélgica de Interbrew (que aborda de nuevo los temas antes citados) contiene también un calendario ([68]):

«Definición del proyecto y acuerdo de caballeros el 1 de noviembre, dinámica del mercado el 1 de febrero, reestructuración el 1 de abril» ([69]).

(63) El 18 de octubre de 1994 se celebra una reunión de seguimiento entre el Director general para Bélgica de Interbrew y el Director general de Alken-Maes ([70]). De

([61]) Anexo B6 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02045).

([62]) «Enclosed you will find a document from our friends as well as the one page approach which I proposed. This was accepted by our friends in terms of principle.»

([63]) Anexo B6 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02046-02059); véase también el punto 63 del pliego de cargos.

([64]) Anexo B6 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02044).

([65]) «3. Gentlemen agreement: — No attack of obligations, — Price-positioning alimentación, — No systematic attack of brands in eachother obligations, 4. Efficiencies/market dynamics: — Diminish unproductive spendings: — POS, — Draught services, — Folder acitivities [no., % rebate, (...).], — Investments in Horeca (definitions?!), 5. Structural measures: — Concentration of production, — Commercial policies (pricing, 20 F, ...)».

([66]) Anexos 18 y 20 a la respuesta de Danone de 10 de mayo de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614 9879-9881, 9888-9890).

([67]) «Accord 94 sur les prix avec le nom de [...]»; véase también el punto 63 del pliego de cargos.

([68]) Anexo B8 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02061); véase también el punto 64 del pliego de cargos.

([69]) «Project definition and gentlemen agreement 01/11, Market dynamics 01/02, Restructuring 01/04».

([70]) Verificación en Alken-Maes, documento MV26 (doc. 37614 00550), respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02004), anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02591); carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y su anexo 4 (doc. 37614.7478, 7496).

las notas tomadas por el Director comercial del sector hostelero para Bélgica se deduce que también se habló de la «Université de Lille» en esta reunión ([71]).

(64) En una nota interna de 24 de octubre de 1994, el Director general para Bélgica recapitula el contenido de los debates mantenidos hasta la fecha con Alken-Maes y propone nuevas iniciativas al CEO de Interbrew ([72]):

«1. Respuesta de "Green" [*N.B.*: en este caso Alken-Maes] a la propuesta de Interbrew

1.1. Precio

De acuerdo en fijar el mismo precio para la pils y en que el precio de Kronenbourg sea cerca de un 5 % mayor.

1.2. Acuerdo de caballeros:

— limitado a la hostelería clásica;

— no aplicable a los clientes nacionales; presencia de las marcas de cada uno en las obligaciones

1.3. Todos los demás elementos: OK

1.4. Otras propuestas:

(...)

— Aplica descuentos sobre los precios netos [*N.B.*: precios sin impuestos especiales sobre el consumo, véanse también, en particular, los considerandos 96 y 104]

(...)

Pequeño aumento de precios en 1995

(...)» ([73]).

(65) Las conversaciones entre el Director general para Bélgica de Interbrew y el Director general de Alken-Maes continúan el 26 de octubre de 1994 ([74]). El 7 de noviembre, el Director general para Bélgica informa del modo siguiente al CEO de Interbrew ([75]).

«1. Base de todo acuerdo

Idea aceptada de respetar la posición actual de cada uno en el mercado (...)

2. Programa de crecimiento de los beneficios

Acuerdo fundamental para proceder en 3 fases:

A. 1ª prioridad

Fijar los precios en el comercio minorista

Definir el importe máximo de los descuentos o primas para las promociones

Revisar material de los POS y costes para el sector hostelero

Revisar inversiones en POS.

(...)

B. 2ª prioridad

Racionalización de la producción

C. 3ª prioridad

Reestructuración del mercado:

— estructura de precios

— inversiones hostelería

— costes producción

— etc.

([71]) Anexo B7 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02060); véase también el punto 65 del pliego de cargos.

([72]) Anexo B9 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02062); véase también el punto 66 del pliego de cargos.

([73]) «1. Reply from Green to ITW-proposal. 1.1 Pricing: OK to establish key lager beers at same price and KRO ± 5 % higher. 1.2 Gentleman agreement: — limited to classical Horeca; — not to: — national accounts; — presence of each others brands in obligations. 1.3 All other elements: OK 1.4. Further proposals: (...) — apply rebates to net net prices; (...) — small price increase in 1995. (...)».

([74]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento MV29 (doc. 37614 00553), respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02004-02005), anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02591), carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y su anexo 5 (doc. 37614.7479, 7497).

([75]) Anexo B10 a la carta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 (doc. 37614 02064-02065); véase también el punto 67 del pliego de cargos.

3. Etapas siguientes

04/11: "Green" [*N.B.*: en este caso Alken-Maes] examinará el programa con los superiores

reunión con los respectivos Directores de las ventas con el fin de:

— confirmar la idea general

— definir las próximas etapas para la 1ª prioridad (...)» ([76]).

(66) La reunión del 9 de noviembre de 1994, anunciada en la nota de 7 de noviembre de 1994, se celebra efectivamente dicho día. Participan en la misma, por Interbrew, el Director general para Bélgica, el Director de alimentación y el Director comercial para Bélgica y, por Alken-Maes, además del Director general, el «jefe alimentación» y el «jefe hostelería» ([77]). El «programa de crecimiento de los beneficios» citado en la nota de 7 de noviembre de 1994 figura en un documento separado en el que figuran anotaciones ([78]). Éstas quizá se añadieron al documento en la reunión de 9 de noviembre de 1994 e indican entre otras cosas la existencia de un acuerdo sobre los precios en el comercio minorista, que fija el precio de una caja de pils en 275 BEF (mencionado como primera prioridad en la nota de 7 de noviembre de 1994) ([79]). Se indica también en este documento que las operaciones incluidas en «la 3ª prioridad» se realizarán a través de la CBB.

(67) El Director comercial del sector hostelero de Interbrew para Bélgica también tomó notas, fechadas el 9 de noviembre de 1994, durante o tras esta reunión. Bajo la rúbrica «espíritu», figura, en especial, la mención siguiente «Competencia creativa — evitar ataque directo — fijar su atención en los demás comp. — concertación» ([80]).

(68) El 24 de noviembre, el Director comercial del sector hostelero de Interbrew para Bélgica y el jefe de hostelería de Alken-Maes examinan juntos, de manera más detallada, ciertos conflictos sin resolver (acerca de determinados puntos de venta) y el «proyecto Green» ([81]). En las notas manuscritas tomadas entonces o tras esta reunión, el Director comercial del sector hostelero de Interbrew para Bélgica describe del siguiente modo el acuerdo concreto relativo a la «hostelería clásica» ([82]):

> «Acuerdo que consiste en respetar siempre los contratos de compra de bebidas. Ningún nuevo contrato si los clientes tienen aún una obligación durante más de dos años, lo que significa que hay que dejar en primer lugar al cervecero actual la posibilidad de lograr una renovación. No hacer prospección para especialidades en las obligaciones de las pils de la competencia (cada uno en su casa). No incentivar a los comerciantes de cervezas para que conviertan las especialidades aumentando los descuentos.».

Las mismas notas contienen también algunas observaciones críticas del Director comercial del sector hostelero de Interbrew para Bélgica con respecto a los acuerdos. Observa, en particular, que existe un riesgo de que un «tercero se lleve el negocio».

4.3.2.3. Año 1995

(69) Resumen

En 1995, se registra una concertación periódica entre Interbrew y Alken-Maes (y Danone) referente a la aplicación del acuerdo celebrado en 1994. Se llega a también un acuerdo entre las dos fábricas de cerveza relativo a la introducción de un nuevo sistema de fijación de precios para la hostelería y el comercio minorista ([83]).

([76]) «1. Basis of any agreement. Spirit accepted regarding respect of each others current position in the market. (...) 2. Program for profit growth. Basic agreement to work in 3 phases: A. Priority 1, Pricing in the alimentación to be established. Maximum rebates or premiums for promotion to be defined. Review POS materials & costs for Horeca. Review investment in POS (...) B. Priority 2, Production rationalization. C. Priority 3, Restructure the market: — tariffication; — horeca investments; — draught costs; — etc. 3. Next steps. 04/11: Green to review program with superiors. 09/11: meeting with respective sales managers to: — confirm overall spirit; — define next steps for "Priority 1" (...)».

([77]) Respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02005), anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02591), carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y su anexo 6 (doc. 37614.7479, 7498); véase también el punto 68 del pliego de cargos.

([78]) Anexo B11 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02066).

([79]) «1. Pricing in the food to be established. J=SA=A-M = 275, -».

([80]) Anexo B14 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02081); véase también el punto 69 del pliego de cargos.

([81]) Respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02006); «Project Green» es, al igual que «Université de Lille», un nombre en clave utilizado por Interbrew para la cooperación entre Interbrew y Alken-Maes; respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614.01984).

([82]) Anexos B15 y B16 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02082-02086); véase también el punto 70 del pliego de cargos.

([83]) Sistema de descuentos aplicado por los cerveceros tanto al sector hostelero como al de la alimentación.

(70) El 10 de enero de 1995, la evolución de las relaciones entre Interbrew y Alken-Maes es objeto, en Le Roy d'Espagne en Bruselas, de un debate entre el Director general para Bélgica y el CEO de Interbrew y el Director general de la división cerveza de Danone ([84]).

(71) El 25 de enero de 1995 y el 10 de febrero de 1995, el Director general para Bélgica de Interbrew y el Director general de Alken-Maes examinan, en particular, el estado actual del «proyecto Green» ([85]).

(72) El 30 de enero de 1995, el jefe hostelería de Alken-Maes envía una carta al Director comercial del sector hostelero de Interbrew, comparando las propuestas de Alken-Maes con las de Interbrew. Esta carta indica lo siguiente: «debo pues concluir que Interbrew no está realmente decidida a contribuir a sanear el mercado de la hostelería, dado que se descuida manifiestamente el espíritu de lo que hemos discutido regularmente juntos, en presencia y a iniciativa expresa, subrayo, de nuestras jerarquías respectivas. (...) Me habría gustado conocer su reacción a este respecto, esperando que puedan concretar las cosas y —sobre todo— que tendrán interés en evitar que esta situación se repita en el futuro. Que quede bien claro que nuestros debates en los grupos de trabajo de la CBB no darán resultados, si ya hoy todo indica que no conseguimos definir, de manera bilateral, un comportamiento juicioso en la práctica» ([86]).

(73) Las relaciones y los acuerdos relativos al mercado están de nuevo en el orden del día de una reunión celebrada el 18 de abril de 1995 en Lovaina. Participan en la misma el Director general para Bélgica, el Director comercial del sector hostelero para Bélgica y el Director de alimentación de Interbrew y, por Alken-Maes, el Director general, el Jefe de hostelería y el Jefe de alimentación ([87]). En un documento preparatorio redactado por el Director comercial del sector hostelero de Interbrew para Bélgica con fecha de 14 de abril de 1995, se habla de los correspondientes ámbitos, objetivos y medios ([88]):

«1.	Ámbito	Contratos de obligación
	Objetivo	Preservar el "sistema" belga
	Medios	Cumplimiento de los contratos de obligación
		(...)
		Petición de información en caso de duda
2.	Ámbito	Los clientes nacionales
	Objetivo	Evitar la escalada de "sacrificios"
	Medios	Respeto de los acuerdos vigentes
		No atacar a los clientes mutuos
		Concertación para los nuevos
3.	Ámbito	Los negocios nuevos
	Objetivo	Contener el "cost of doing business"
	Medios	Contacto directo para todos los casos de evaluación/inversión excesivas
		Lengua común en cuanto a cálculo de coste y fijación de un límite máximo
4.	Ámbito	La competencia
	Objetivo	Concentrar el ataque en los otros competidores

([84]) Respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02006), anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000.37614 02592), carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y su anexo 9 (doc. 37614.7479, 7501), Verificaciones efectuadas en Interbrew, documento MV1 (doc. 37614 8688), anexo 24 a la respuesta de Danone de 10 de mayo de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614 9903-9904); véase también el punto 72 del pliego de cargos.

([85]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento MV21 (doc. 37614 00545), respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02006-02007), anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 1999 (doc. 37614 02592), carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y sus anexos 10 y 12 (37614 7479-7480, 7502, 7504), carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000.37614 7880); véase también el punto 73 del pliego de cargos.

([86]) Anexo 14 a la carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 7609-7612); véase también el punto 74 del pliego de cargos.

([87]) Respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 una solicitud de información (37614 02007-02008), anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02593), carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y su anexo 15 (doc. 37614 7580-7481, 7507).

([88]) Anexo B20 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02094); véase también el punto 75 del pliego de cargos.

Medios	Intercambio de informaciones comerciales Estímular a los equipos (primas!)» ([89]).

De las notas tomadas durante esta reunión se deduce concretamente que se habló de un límite máximo de [...] de costes (de inversión) por hectolitro. Interbrew y Alken-Maes también examinaron el estado actual del proyecto «Visión 2000» en la CBB (véase también, con respecto a este proyecto, los considerandos 129 y siguientes) ([90]).

(74) En una reunión interna de Alken-Maes, el 15 de mayo de 1995, el auditor de gestión de Alken-Maes hace saber que Interbrew aplicará sus nuevas tarifas a partir del 1 de enero de 1996 y proporciona algunos detalles a este respecto. Indica también que Interbrew desea entrar en contacto con Alken-Maes a este respecto y que está previsto un encuentro el 18 de mayo. La finalidad de éste es manifiestamente llegar a una «misma orientación» ([91]). Alken-Maes decide entonces acelerar su propio estudio de precios y el 16 de mayo de 1995, se envía un plan de acción a una serie de miembros de la dirección de Alken-Maes ([92]).

(75) El Director general para Bélgica de Interbrew y el Director general de Alken-Maes se reúnen el 18 de mayo ([93]).

(76) En una presentación interna del estudio de precios en Alken-Maes, el 12 de junio de 1995, se dice con respecto al nuevo sistema de precios de Interbrew que el «impacto exacto se examinará posteriormente juntos (IB-AM)» y que «Alken-Maes debe también acabar la primera fase el 1 de enero de 1996». Una de las condiciones citadas para la aplicación el 1 de enero de 1996 es la siguiente: «encontrarse ± en la misma longitud de onda que IB» ([94]).

(77) El 30 de junio de 1995 se celebra un nuevo encuentro entre el Director general para Bélgica de Interbrew y el Director general de Alken-Maes en las oficinas de Interbrew ([95]). El 4 de julio de 1995, el CEO de Interbrew tiene una conversación telefónica con el Director general de la división cerveza de Danone. De la nota preparatoria del «Executive vice-president Western Europe» de Interbrew, así como del informe del CEO de Interbrew relativo a esta conversación, se desprende claramente que Interbrew considera haber aplicado correctamente los acuerdos celebrados en Bélgica ([96]): «Hemos cumplido nuestro acuerdo en Bélgica (...)» ([97]).

(78) En una nota interna (sin anexo) de 12 de julio de 1995, titulada «Estructura de precios — logística », el Director general para Bélgica de Interbrew indica: «Creo que puede ser útil discutir estas tarifas con A-M. ¿Cuándo es posible? Hay cita para el 30/08» ([98]).

(79) El 28 de agosto de 1995, el nuevo Director general para Bélgica de Interbrew (que antes era Director de alimentación de Interbrew) envía al Director general de Alken-Maes una carta que reza así ([99]): «deseo agradecerle, así como a sus colaboradores, las muestras de simpatía que me dieron con motivo de mi nombramiento como Director general para Bélgica. Han trabajado en perfecta sintonía con [el anterior Director general para Bélgica de Interbrew] y aspiro a mantener esta cooperación con ustedes en el mismo espíritu. Las posibilidades de crear situaciones beneficiosas para

([89]) «1. Domaine: les contrats d'obligation; objectif: préserver le "système" belge; moyens: respect des contrats d'obligation(...) demande d'info en cas de doute. 2. Domaine: les clients nationaux; objectif: éviter l'escalade des "sacrifices"; moyens: respect des accords en cours; pas d'attaque des clients mutuels; concertation pour les nouveaux. 3. Domaine: les nouvelles affaires; objectif: contenir le "cost of doing business"; moyens: contact direct pour tous les cas de surévaluation/surinvestissement; langage commun en matière de calcul de coût et fixation d'un plafond. 4. Domaine: la concurrence; objectif: concentrer l'attaque sur les autres concurrents; moyens: échange d'informations commerciales; stimulation des équipes (primes!)».

([90]) Anexo B19 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02091-02093).

([91]) Anexo 39 a la carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 8497).

([92]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 y su anexo 39 (doc. 37614.7881, 8495-8501); véase también el punto 76 del pliego de cargos.

([93]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento MV23 (doc. 37614 00547), respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02008), anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02593), carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y su anexo 16 (doc. 37614.7481, 7508); véase también el punto 77 del pliego de cargos.

([94]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento MV15 (doc. 37614 00519-00527) [Original en lengua neerlandesa]; carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7881); véase también el punto 78 del pliego de cargos.

([95]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento MV24 (doc. 37614 00548), anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02593), carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y su anexo 17 (doc. 37614.7481, 7509), carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7881).

([96]) Carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 y sus anexos L-15 y L-16 (doc. 37614.8970, 9046-9051).

([97]) «We have respected our deal in Belgium (...)».

([98]) Anexo 18 a la carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 (doc. 37614 7510); véase también el punto 80 del pliego de cargos.

([99]) Verificaciones efectuadas en Interbrew, documento MV22 (doc. 37614 8919) [Original en lengua neerlandesa]; véase también el punto 81 del pliego de cargos.

ambos son más que suficientes, tanto directamente como por medio de una CBB profesional, y una buena comunicación es garantía de éxito. Nos vemos el 1 de septiembre.».

(80) Por lo tanto, no es el 30 de agosto, sino el 1 de septiembre de 1995 cuando se produce el encuentro entre el antiguo Director general para Bélgica de Interbrew [nombrado en el mes de agosto para el cargo de Chief Operating Officer (COO) Europe/Asia Pacific/Africa, Interbrew], el nuevo Director general para Bélgica de Interbrew y el Director general de Alken-Maes ([100]). Durante esta reunión, el «se examina el impacto preciso» ([101]) (véase el considerando 76). Tres días más tarde, el Director general de Alken-Maes envía al auditor de gestión de Alken-Maes un informe interno relativo a esta reunión ([102]).

(81) En esta época, los cerveceros se enfrentan a una exigencia de la Federación belga de empresas de distribución (FEDIS). La FEDIS pedía para sus miembros (cadenas de venta al por menor) una indemnización por cada caja de botellas retornables que hubieran clasificado («indemnización de clasificación») ([103]).

(82) El 26 de octubre de 1995, los representantes de Alken-Maes e Interbrew se conciertan para preparar una respuesta común a la petición de la FEDIS. Participan en esta reunión el nuevo Director de alimentación y el Jefe de facturación de Interbrew así como el Director de marketing y el auditor de gestión de Alken-Maes. Según Interbrew, Alken-Maes e Interbrew negociaban en nombre de la CBB con la FEDIS lo referente a la indemnización de clasificación y, en este marco, también se habían concertado a este respecto. Sin embargo, de las notas de un colaborador de Alken-Maes presente en la reunión se deduce que este encuentro no se inscribía en el marco de la CBB, dado que se habló de realizar algunas acciones a través de la CBB ([104]). Además Alken-Maes reconoce que se trataba, en este caso, de una concertación con Interbrew ([105]). El 31 de octubre se celebró un nuevo encuentro entre el Director general para Bélgica de Interbrew y el Director general de Alken-Maes ([106]).

4.3.2.4. Año 1996

(83) Resumen

En 1996, las fábricas de cerveza se conciertan de forma intensiva con respecto a la fijación de precios. Las dos fábricas de cerveza quieren introducir un nuevo sistema. Las partes discuten la nueva estructura de precios y la orientación de los descuentos.

(84) El Director general para Bélgica de Interbrew y el Director general de Alken-Maes continúan el 10 de enero de 1996 sus discusiones sobre la fijación de precios ([107]). Alken-Maes declaró a este respecto lo siguiente ([108]):

> «A su vuelta, [el Director general de Alken-Maes] expone la posición de Interbrew relativa a la política de precios a [el auditor de gestión de Alken Maes]. [El auditor de gestión de Alken Maes] toma nota de que es necesario un "acuerdo de principio con Interbrew para el 10 de febrero de 1996". En una nota manuscrita de [el Director general de Alken-Maes], se indica que el estudio de precios debe incluir tres dimensiones: logística, precios propiamente dichos y comercial. Una nota de [el auditor de gestión de Alken Maes] establece un plan de acción en Alken-Maes y define las responsabilidades de algunos empleados para cada aspecto del estudio con el fin de reaccionar rápidamente a iniciativa de Interbrew. Se decide también (...) no introducir los nuevos precios de Alken-Maes hasta el 1 de enero de 1998, partiendo de un análisis del comportamiento de los clientes en 1997.

([100]) Respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02008), anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02593), carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y su anexo 19 (doc. 7481, 7511).

([101]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento MV14 (doc. 37614 00494-00502) [Original en lengua neerlandesa].

([102]) Anexo 29 a la respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 01937-01939), carta de Alken-Maes de 7 de marzo 2000 (doc. 37614 7881-7882); véase también el punto 82 del pliego de cargos.

([103]) Por lo que se refiere al importe de esta indemnización, las declaraciones de las empresas en cuestión varían de [...] (Haacht) a [...] (Danone).

([104]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 y su anexo 40 (doc. 37614.7882, 8502-8504).

([105]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7882): «Les 26 et 31 octobre, des répresentants d'Interbrew et d'Aken-Maes se rencontrent pour apporter une réponse concerteé à la demande de la FEDIS».

([106]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento MV25 (doc. 37614 00549), respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02009); véase también el punto 84 del pliego de cargos.

([107]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento MV19 (doc. 37614 00543), anexos 31 y 32 a la respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 01942-01952), respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02009).

([108]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 y su anexo 41 (doc. 37614.7882, 8506-8507), con referencias a los siguientes documentos: anexos 31 y 32 a la respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 (doc. 37614 01942-01952), Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documentos AvW12, MV3, MV4 y MV13 (doc. 37614 00121-00130, 00385, 00386-00403, 00472-00493).

Indudablemente, se celebró otra reunión entre [el Director general para Bélgica de Interbrew y el Director general de Alken-Maes] en enero o febrero. Notas manuscritas de [el Director general de Alken-Maes] resumen la posición de Interbrew relativa a la estructura de los precios, las bonificaciones y la logística. En una nota del 15 de febrero, el asesor Martichoux resume una conversación con [el Director general de Alken-Maes] relativa al progreso del estudio de precios en Interbrew.

El 1 de marzo, Martichoux presenta su estudio a Alken-Maes, en el cual se indica que es posible un acuerdo con Interbrew sobre la estructura de precios y el calendario. La nota de presentación precisa también que un acuerdo con Interbrew facilitará la instauración del futuro sistema. Tras esta presentación se realiza otra los días 15 y 16 de abril de 1996.

[El Director general de Alken-Maes] se entera de que Interbrew introducirá su nueva estructura de precios el 1 de enero de 1997. [el Director general de Alken-Maes] pide a [el auditor de gestión de Alken-Maes] que acelere la instauración de un nuevo sistema de estructura de precios con el fin de poder introducirlo en la misma fecha.» ([109]).

(85) La otra reunión entre el Director general para Bélgica de Interbrew y el Director general de Alken-Maes mencionada por Alken-Maes (véase el considerando 84) es quizá la que tuvo lugar el 29 de febrero de 1996 en Lovaina. El CEO Europe/Asia Pacific/Africa también participó ([110]). El 28 de febrero de 1996, víspera de esta reunión, este último mencionó de nuevo explícitamente, en una conversación telefónica con el Director de Heineken ([111]), la existencia de un «pacto de no agresión en Bélgica» ([112]).

(86) El 24 de abril de 1996 se celebra una nueva reunión sobre precios en la que participan el Director general para Bélgica y el Director de Alimentación de Interbrew y el Director general y el auditor de gestión de Alken-Maes ([113]). Alken-Maes declaró lo siguiente con respecto a esta reunión ([114]):

«En esta reunión, los participantes discuten sobre el interés de una jerarquía de precios, de una política de bonificaciones más transparente y de los aspectos logísticos de la nueva política de precios. Se llega a la conclusión de que Alken-Maes es partidario de unos precios logísticos abiertos, mientras que Interbrew no desea aplicar un precio transparente frente a todos sus clientes. El acta de esta reunión, redactada por [el auditor de gestión de Alken-Maes], indica que los dos competidores consideran que deben examinar "el aspecto jurídico" en el supuesto de que "comenzaran juntos" el 1 de enero de 1997 y de que los dos sistemas "se parezcan demasiado". Un documento interno de Alken-Maes de 6 de mayo relativo a la nueva estructura de precios también cita las conversaciones con Interbrew.

El 7 de mayo, [el Director general de Alken-Maes] da [al auditor de gestión de Alken-Maes] la instrucción de ponerse en contacto con [el Director de alimentación de Interbrew], a raíz de un acuerdo entre [el Director general de Alken-Maes] y [el Director general para Bélgica de Interbrew] según el cual este último invita a Alken-Maes a informarse de sus precios [los

([109]) «À son retour, Monsieur [...] expose la position d'Interbrew concernant la politique tarifaire à Monsieur [...]. Monsieur [...] prend note qu'il faut un "accord de principe avec Interbrew pour le 10 février 1996". Dans une note de la main de Monsieur [...], il note que l'étude tarifaire doit comprendre trois dimensions: logistique, purement tarifaire et commerciale. Une note de Monsieur [...] met en place un plan d'action au sein d'Alken-Maes et identifie les responsabilités de certains employés pour chaque aspect de l'étude afin de réagir rapidement à l'initiative d'Interbrew. Il est aussi décidé (...) d'introduire la nouvelle tarification d'Alken-Maes au plus tôt le 1er janvier 1998, sur base d'une analyse du comportement des clients en 1997. Il y a sans doute eu une autre réunion entre Messieurs [...] en janvier ou en février. Des notes manuscrites de Monsieur [...] résument la position d'Interbrew concernant la structure des prix, les ristournes et la logistique. Dans une note du 15 février, le consultant Martichoux résume une conversation avec Monsieur [...] concernant l'avancement de l'étude tarifaire chez Interbrew. Le 1er mars, Martichoux présente son étude à Alken-Maes, dans laquelle il est noté qu'un accord avec Interbrew est possible sur la structure des prix et sur le calendrier. La note de présentation précise aussi qu'un accord avec Interbrew facilitera la mise en place du futur système. Cette présentation est suivie d'une autre les 15 et 16 avril 1996. Monsieur [...] apprend qu'Interbrew introduirait sa nouvelle tarification le 1er janvier 1997. Monsieur [...] demande à Monsieur [...] d'accélérer la mise en place d'un nouveau système de tarification afin de pouvoir l'introduire à la même date»; véase también el punto 86 del pliego de cargos.

([110]) Carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y su anexo 25 (doc. 37614.7483, 7518); véase también el punto 87 del pliego de cargos.

([111]) Respuesta de Heineken de 11 de mayo de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614 9946).

([112]) «Non-war agreement in Belgium».

([113]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documentos AvW11, MV5 y Fk2-13 (doc. 37614 00117-00120, 00404-00407, 00557-00563), respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 y sus anexos 33 y 34 (doc. 37614.01391, 01953-01965), respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02009), anexos I.4 e I.5 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614.02613, 02617).

([114]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7882-7883).

de Interbrew]. [El Director general de Alken-Maes] indica también a [el auditor de gestión de Alken-Maes] que debe analizar el sistema de Interbrew y que ya no es necesaria la ayuda de Martichoux puesto que quiere utilizar el "mismo marco" y basarse en el sistema de precios de Interbrew.» ([115]).

(87) Del acta de la reunión, redactada por Alken-Maes (véase el considerando 86) ([116]), se deduce que el nuevo precio que Interbrew quiere aplicar consta de tres elementos (o tipos de descuento): el elemento logístico, el elemento volumen y el elemento individual (en función del cliente). Por lo demás parece que las partes han llegado a un acuerdo sobre una serie de principios, como el hecho de que el descuento debe depender del volumen y que el precio de compra para el sector hostelero siempre debe ser igual o inferior [...] (descuento siempre superior al [...] %). Por otro lado se habló de una subdivisión de las cervezas especiales en categorías (cada una con su propio régimen de descuento, en lugar de un descuento general para todas las cervezas especiales compradas). En su respuesta al pliego de cargos, Danone indicó que el hecho de que los precios de compra para los comerciantes de cervezas siempre debieran ser un [...] % inferiores a los precios de compra para el comercio al detalle era un hecho del mercado debido a los servicios suplementarios que los comerciantes de cervezas prestan a los establecimientos de bebidas. Interbrew señala a este respecto, en su respuesta al pliego de cargos, que era norma que el precio de compra para el comerciante de cerveza fuera siempre igual o inferior [...]. [...].

(88) El acuerdo antes citado entre Interbrew y Alken-Maes da lugar al encuentro del 30 de mayo de 1996 entre el Director de alimentación de Interbrew y el auditor de gestión de Alken-Maes en Malinas ([117]). Los participantes en este encuentro examinan con más detalle los elementos antes citados de la política de precios así como las modalidades de información de los clientes ([118]). [...].

(89) Conviene situar cronológicamente una serie de documentos entre la reunión de 30 de mayo de 1996 y la reunión siguiente (certificada por documentos), que tuvo lugar el 29 de julio de 1996. Alken-Maes declaró lo siguiente con respecto a estos documentos ([119]):

«El 11 de junio, Interbrew escribió a todos sus clientes, entre ellos a Alken-Maes, para comunicarles la introducción de sus nuevas condiciones generales y su nueva estructura de precios el 1 de enero de 1997. El 26 de junio, una nota de presentación de Martichoux menciona contactos entre Alken-Maes e Interbrew, y analiza la actitud que Alken-Maes debe adoptar ante las nuevas condiciones de Interbrew. El 3 de julio, una nota interna de Alken-Maes, redactada por [el Director de marketing de Alken-Maes] relativa a las respectivas ventajas de un precio "franco" y de un precio "salida", hace referencia a los comentarios de [el Director de alimentación de Interbrew] relativos a los nuevos precios de Interbrew. El 5 de julio, Martichoux hace una presentación en Alken-Maes relativa a la posibilidad de introducir un "precio salida". (...) El 25 de julio, Alken-Maes decide no introducir el precio "base salida" a raíz del abandono del mismo proyecto por Interbrew.» ([120]).

([115]) «Lors de cette réunion, les participants discutent des mérites d'un tarif hiérarchisé, d'une politique de ristournes plus transparente et des aspects logistiques de la nouvelle tarification. Il apparaît qu'Alken-Maes est partisane d'un tarif logistique ouvert, alors qu'Interbrew ne désire pas appliquer un tarif transparent vis-à-vis de tous ses clients. Le procès-verbal de cette réunion, rédigé par Monsieur [...], indique que les deux concurrents estiment devoir examiner "l'aspect juridique" dans l'hypothèse où ils "commenceraient ensemble" le 1er janvier 1997 et si les deux systèmes "se ressemblent trop". Un document interne d'Alken-Maes du 6 mai concernant la nouvelle structure tarifaire se réfere aussi à des discussions avec Interbrew. Le 7 mai, Monsieur [...] donne pour instruction à Monsieur [...] de prendre contact avec Monsieur [...], suite à un accord entre Monsieur [...] et Monsieur [...] selon lequel ce dernier invite Alken-Maes à s'informer de son tarif [celui d'Interbrew]. Monsieur [...] indique aussi à Monsieur [...] qu'il doit analyser le système d'Interbrew, et que l'aide de Martichoux n'est plus nécessaire car il veut utiliser le "même cadre" et se baser sur le système tarifaire d'Interbrew.»; véase también el punto 88 del pliego de cargos.

([116]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento AvW11 (doc. 37614 00117-00120); véase también el punto 89 del pliego de cargos.

([117]) Respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre, y sus anexos 35 y 36, a una solicitud de información (doc. 37614.01391, 01966-01971), respuesta de Interbrew de 23 de diciembre a una solicitud de información (doc. 37614 02010), anexos I.4 e I.5 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614, 02613, 02617); véase también el punto 90 del pliego de cargos.

([118]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documentos AvW17, 3PS2 y MV7 (doc. 37614 00145-00147, 00354-00356, 00410-00412), carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7883).

([119]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7883-7884), con referencias a los documentos mencionados a continuación. Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documentos AVW36 (doc. 37614 00235-00241), MV8 a MV11 (00413-00459).

([120]) «Le 11 juin, Interbrew écrit à tous ses clients, dont Alken-Maes, pour leur signifier l'introduction de ses nouvelles conditions générales et de sa nouvelle tarification au 1er janvier 1997. Le 26 juin, une note de présentation de Martichoux se réfere à des contacts entre Alken-Maes et Interbrew, et analyse l'attitude qu'Alken-Maes doit adopter face aux nouvelles conditions d'Interbrew. Le 3 juillet, une note interne d'Alken-Maes, rédigée par Monsieur [...] concernant les mérites respectifs d'un tarif "franco" et d'un tarif "départ", fait référence à des commentaires de Monsieur [...] concernant la nouvelle tarification d'Interbrew. Le 5 juillet, Martichoux fait une présentation à Alken-Maes concernant la possibilité d'introduire un "tarif départ". (...) Le 25 juillet, Alken-Maes décide de ne pas introduire de tarif "base départ" suite à l'abandon du même projet par Interbrew.»; véase también el punto 91 del pliego de cargos.

(90) El Director de alimentación de Interbrew y el Director general, el Director de marketing y el auditor de gestión de Alken-Maes participan en la reunión del 29 de julio de 1996 ([121]). De las notas de Alken-Maes relativas a esta reunión se deduce que el debate no versó únicamente sobre la estructura de los descuentos antes citada. También se habló de un régimen de transición en el momento de la introducción de las nuevas condiciones de Interbrew: «garantía: (...) debe tratarse del mismo importe en 1997 que en 1996 (en cifras absolutas)» ([122]).

(91) El 19 de septiembre de 1996, Alken-Maes decide introducir su nuevo sistema logístico el 1 de julio de 1997. El 27 de noviembre de 1996, Alken-Maes decide explicar su nuevo sistema por medio de presentaciones organizadas con la ayuda de Martichoux. Tras una reunión que se celebra el 19 de septiembre, el auditor de gestión de Alken-Maes mantiene, el 9 de diciembre de 1996, una conversación telefónica con el Director de alimentación de Interbrew acerca de una serie de preguntas que Alken-Maes se plantea con respecto al estudio de precios ([123]).

(92) El 11 de octubre de 1996, el CEO Europe/Asia Pacific/Africa de Interbrew envía un fax a un miembro de una de familias que poseen las acciones de Interbrew. Cita, en particular, las relaciones diarias con Danone/Kronenbourg/Alken-Maes ([124]): «Hace ahora un año que discutimos juntos sobre competencia constructiva en Bélgica. Básicamente, no ha pasado nada. Y probablemente las responsabilidades se reparten a este respecto. La semana que viene intentaremos que este proceso vuelva a despegar.» ([125]).

4.3.2.5. Año 1997

(93) Resumen

En 1997, los contactos parecen perder intensidad, probablemente debido, entre otras cosas, a que Interbrew introdujo sus nuevos precios el 1 de enero. Alken-Maes comienza finalmente a aplicar sus nuevos precios, contrariamente a lo previsto, un poco más tarde que Interbrew.

(94) El nuevo precio de Interbrew entra en vigor el 1 de enero de 1997 ([126]).

(95) El CEO Europe/Asia Pacific/Africa y el Director general para Bélgica de Interbrew se entrevistan el 17 de abril de 1997 en París con el Director general de la división cerveza de Danone y el Director general de Alken-Maes ([127]).

(96) El entonces Director general de Interbrew declaró concretamente lo siguiente con respecto a esta reunión del 17 de abril ([128]):

> «Hubo reuniones en la cumbre (...) a las que no asistí. Teníamos también "reuniones de instrucciones" a las cuales asistíamos todos (Directores gerentes y Jefes de alimentación y hostelería) y que se organizaban después de las reuniones a más alto nivel. (...) La reunión del 17/4/97 en París no es más que una de estas reuniones de instrucciones que se celebraron con Danone ([el Director general de la división cerveza de Danone] representaba a Danone). Nosotros ("Bélgica" y "Francia", pero separadamente) debíamos informar respecto a nuestras sinergias. En esta reunión, examinamos el P&L (Beneficios y Pérdidas) línea por línea y examinamos sistemáticamente la manera en que podíamos disminuir los costes y aumentar la rentabilidad. Los temas abordados fueron los siguientes: 1) producción; 2) plataforma de distribución común; 3) bonificaciones sobre el precio antes o después de impuestos especiales sobre el consumo (esta cuestión también se analizaba en la CBB); 4) comercialización e inversiones en publicidad ("share of voice"); 5) crecimiento del mercado de la cerveza y métodos de aumento del volumen, (...)».

([121]) Respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999, y sus anexos 37 y 38, a una solicitud de información (doc. 37614 01373, 01383, 01972-01975), carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 y su anexo 42 (doc. 37614 7884, 8509-8513); véase también el punto 92 del pliego de cargos.

([122]) Anexo 42 a la carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 8512).

([123]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 y sus anexos 42 y 44 (doc. 37614 7884,8513, 8528-8530), conteniendo referencias a los siguientes documentos; verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento AvW19 (doc. 37614 00150-00153) y documento MV17 (doc. 37614 00532-00541); véase también el punto 93 del pliego de cargos.

([124]) Verificaciones efectuadas en Interbrew, documento MV18 (doc. 37614 8844-8845); véase también el punto 94 del pliego de cargos.

([125]) «We have been talking about a constructive competition in Belgium since 1 year now. Fundamentally nothing has happened. And most probably the responsibility for this is shared. We will try to restart this process in the following week.».

([126]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7884).

([127]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento DvE6 (doc. 37614 00271), respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999, y su anexo B25, a una solicitud de información (doc. 37614 02010-02011, 02115), anexos I.1 e I.4 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02595, 02613), anexo 10 a la carta de Interbrew de 2 de febrero de 2000 (doc. 37614 7443), carta de Interbrew de 8 de febrero de 2000 y su anexo 32 (doc. 37614 7484, 7525), carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 y su anexo 7 (doc. 37614 7553, 7589-7592), carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7884), anexo 22 la respuesta de Danone de 10 de mayo de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614 9896-9898); véase también el punto 97 del pliego de cargos.

([128]) Anexo I.4 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02609-02614), anexo 10 a la carta de Interbrew de 2 de febrero de 2000 (doc. 37614 7442-7447); véase también el punto 98 del pliego de cargos.

(97) Una nota interna de Alken-Maes de 25 de junio de 1997 da cuenta de la aplicación efectiva de los precios introducidos por Interbrew el 1 de enero de 1997 y de las divergencias constatadas ([129]).

(98) En otra nota interna del 4 de agosto de 1997, Alken-Maes evalúa la situación e indica que podrían plantearse problemas con la Federación belga de comerciantes de cervezas si se introducían los nuevos precios ([130]).

(99) Por carta de 1 de septiembre de 1997, Interbrew pide a sus clientes que le ayuden a evaluar su nueva política de precios ([131]).

(100) En octubre de 1997, Alken-Maes decide introducir un nuevo precio logístico. Hasta noviembre de 1997, Alken-Maes efectuó simulaciones de los nuevos precios logísticos y comerciales ([132]). El auditor de gestión de Alken-Maes declaró que a partir de dicha fecha (noviembre de 1997), la cooperación con Interbrew había cesado ([133]).

4.3.2.6. Año 1998

(101) Resumen

A principios de 1998, tiene lugar un encuentro entre Interbrew y Alken-Maes, con motivo del cual se hace balance de varios años de cooperación. Así pues, las partes evalúan todo lo realizado desde la conclusión del acuerdo de caballeros de octubre de 1994. Tras este encuentro, la cooperación entre Interbrew y Alken-Maes parece cesar.

(102) El 1 de enero de 1998, Alken-Maes introduce su nuevo precio logístico. El 1 de enero de 1999, Alken-Maes pone en vigor su nuevo precio comercial ([134]).

(103) El 28 de enero de 1998, el Director comercial de hostelería para Bélgica de Interbrew y el nuevo Director comercial de Alken-Maes se encuentran en Anderlecht. La conversación se refiere a los antecedentes de las relaciones entre Interbrew y Alken-Maes ([135]). Quizá estaban también presentes el Director general para Bélgica y el Director de alimentación de Interbrew ([136]).

(104) Las notas tomadas por el Director comercial para Bélgica de Interbrew acerca de esta conversación son las siguientes ([137]):

«1. Temas

1. organización concertación

2. cuestiones actuales

hostelería	(...)
alimentación	Limburgo
	precio latas

3. cues. gen.

2. intercambio de información 12 de octubre de 1994

— poner fin a los ataques costosos

— reducir los gastos improductivos

— estimular el consumo de cerveza

realizaciones:

• descuentos sobre los precios netos de impuestos especiales sobre el consumo

• adaptación del sistema de PKB [*N.B.*: Publicitair Krediet Bon, o bono de crédito publicitario, véase también el considerando 147]

Resolución de antiguos litigios

Política de precios

cuestiones comunes

([129]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento 2PS2 (37614 00318-00320), carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7884-7885).

([130]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento 2PS1 (37614 00316-00317), carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7885).

([131]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento AvW25 (doc. 37614 00208-00212), carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7885).

([132]) Por «precios logísticos», se entiende la parte del precio que depende del «comportamiento logístico» de los clientes y está vinculada a los costes sufragados por la fábrica de cerveza que están relacionados con este comportamiento (ejemplo: el hecho de realizar muchos pedidos pequeños o algunos pedidos grandes). La estructura de precios comercial abarca los otros componentes de la estructura de precios.

([133]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7885); véase también el punto 102 del pliego de cargos.

([134]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7885).

([135]) Respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999, y su anexo II, a una solicitud de información (doc. 37614.02011, 02015-02016), anexo I.3 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02607-02608).

([136]) Anexo 21 a la respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 01859), anexo 12 a la carta de Interbrew de 2 de febrero de 2000 (doc. 37614 7452); véase también el punto 105 del pliego de cargos.

([137]) Anexo II a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02015-02016); véase también el punto 106 del pliego de cargos.

- mantenimiento producción

  respeto obligaciones mutuas

  pacto de no agresión

- normalización embalajes

objetivos no realizados

- regulación inversiones
- participación otros operadores
- publicidad exterior

objetivos hostelería

"respeto de las obligaciones y derecho de entrega

regulación de las inversiones

actitud/acciones ante prácticas pequeños cerveceros y private labels (...)" ([138])

3. concertación hostelería

   — 3 × año, concertación formal con orden del día

   — contacto directo para las cuestiones importantes y la competencia relativa a los clientes nacionales (...).».

(105) El Director comercial de hostelería para Bélgica de Interbrew en aquella época declaró a este respecto lo siguiente ([139]):

> «El documento con fecha 28/01/98 contiene mis notas relativas a una reunión (...) con [...], el nuevo Director comercial (hostelería y alimentación) de AM. No sabía manifiestamente nada del pasado. Ya no tuve más tarde el menor contacto con AM y no salió nada de esta reunión. Ni AM, ni nosotros mismos sufríamos ya en 1998 ninguna presión de lo alto y por lo tanto ya no ocurrió nada más.».

El colaborador de Alken-Maes presente en esta reunión escribió a este respecto ([140]):

> «Como ya sabrán ustedes, siempre he sido prudente y escéptico respecto al mayor competidor de Alken-Maes. Las pocas conversaciones mencionadas no desembocaron por otra parte en ningún resultado concreto.».

4.3.3. *Descripción de los hechos — declaraciones complementarias*

(106) Además de los hechos que tienen un vínculo directo con reuniones o acontecimientos determinados, Interbrew, y, en particular, varios (antiguos) colaboradores de ésta que desempeñaron un papel importante en este asunto, así como Alken-Maes hicieron declaraciones de alcance más general sobre lo que pasó durante el período 1992-1998.

4.3.3.1. Declaraciones individuales

(107) El Director general para Bélgica, que luego fue nombrado CEO Europe/Asia Pacific/Africa, de Interbrew ([141]):

> «En efecto, hubo contactos y reuniones regularmente entre ITW y AM/Kronenbourg/Danone. La intención de ITW era crear "goodwill" de Danone, con vistas a una fusión y/o adquisición de sus actividades en el sector de la cerveza. La estrategia consistía en hablarse, hablarse mucho y ponerse de acuerdo sobre medidas que permitieran crear un valor común.
>
> (...)
>
> Medidas destinadas a encauzar los comportamientos agresivos y la explosión de costes ("Université de Lille").
>
> La iniciativa vino de AM y en consecuencia de Danone. Se deseaba en Bélgica un determinado equilibrio con Francia en donde la posición de ITW era muy débil. Se ejercía manifiestamente un chantaje con relación a la situación en Francia. Temíamos medidas de represalia en Francia. Por eso deseábamos también cortar el vínculo estructural con Francia aislando AM de Danone. El problema consistía en determinar las medidas que se podían adoptar para encauzar juntos la explosión de los costes:
>
> — inversiones en los bares,
>
> — promociones en el sector alimentación.

([138]) «respect des obligations et droit de livraison, régulation des investissements, attitude/actions envers pratiques petits brasseurs et private labels (...)».

([139]) Anexo I.3 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02607-02608); véase también el punto 107 del pliego de cargos.

([140]) Anexo 21 a la respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 01859); véase también el punto 107 del pliego de cargos.

([141]) Anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02586-02590); véase también el punto 109 del pliego de cargos.

Los servicios comerciales tomaron el relevo, cada uno con su homólogo. Nos encontrábamos cada dos meses para discutir la evolución de los asuntos.

Obtuvimos muy pocos resultados.

En el sector hostelero, se firmaron algunos acuerdos sobre las "national accounts" (clientes nacionales) y sobre la limitación de las inversiones, pero [el Director comercial hostelería para Bélgica] no logró aplicarlos nunca (...).

En el sector alimentación, se fijaron algunos precios ([Director de alimentación, luego Director general para Bélgica de Interbrew] con [Director de marketing de Alken-Maes]), pero estos acuerdos tampoco se respetaron (...).

Por lo que se refiere a la política de precios, no seguí personalmente esta cuestión. Sé que nos pusimos de acuerdo a este respecto. Hubo un momento en que se pensó actuar en conexión con AM en este ámbito, pero no estuvieron preparados a tiempo. Entonces ITW pasó a la acción y AM siguió.(...)».

(108) El Director comercial de hostelería para Bélgica de Interbrew declaró ([142]):

«La expresión "Université de Lille" correspondía inicialmente a una actitud en el mercado según la cual debíamos portarnos como "gentlemen". Hacernos competencia, pero sin exagerar. Mucho más tarde, pasó a significar que las relaciones en el mercado belga debían estar equilibradas con lo que pasaba en Francia.».

(109) El Director de alimentación, que luego llegó a ser Director general para Bélgica de Interbrew afirmó ([143]):

«Por lo que se refiere a las realizaciones, fueron numerosas en el sector alimentación, mucho más que en la hostelería donde, en la práctica, los resultados fueron poco importantes, por no decir nulos.

En el sector alimentación, nos hemos puesto de acuerdo sobre las cuestiones siguientes:

— descuentos relativos a las promociones destinadas al consumidor (por ejemplo: 5+1 gratis),

— aspectos comerciales (por ejemplo: valor del bono de descuento en las animaciones),

— frecuencia de los folletos (por ejemplo: máx. diez folletos GIB para las cajas de cerveza).

[El Director de marketing de Alken-Maes] abordaba también muy a menudo la cuestión de la normalización de los embalajes (corresponsable del proyecto de normalización en la CBB).

Esto no nos impedía ser también muy agresivos en cuanto a los precios y practicar, sobre todo a partir de 1994, una competencia feroz. Las estadísticas Nielsen lo demuestran. (...)».

Por otro lado, indica lo siguiente, en respuesta a una solicitud de información complementaria ([144]):

«Durante este período (primavera de 1996) (...), buscamos cómo mejorar la utilización de nuestros recursos comerciales con el fin de lograr un nuevo aumento de nuestro volumen de cerveza.

Acuerdos concretos:

— para la promoción de la cerveza vendida en embalaje "multi-pack" (por ejemplo: seis botellas en pack): limitarnos a 5+1 gratis en vez de 4+2. [...]. Para las especialidades: al menos 3+1 (cuatro botellas en pack),

— en las animaciones y degustaciones de nuestros productos organizadas en los supermercados e hipermercados el fin de semana (aperturas, aniversarios), debíamos limitarnos a distribuir bonos de 30 BEF (= descuento en caja) (...),

— en la misma línea, se impuso una disciplina más estricta por lo que se refiere a las inversiones correspondientes a inserciones en los folletos de los distribuidores y a los precios promocionales mínimos propuestos en los folletos (no para los precios en las estanterías). (...). [...] Se pretendió también encauzar el descenso de los precios promocionales ya agresivos propuestos en los folletos (hasta 249 BEF para Maes) y obtener de

([142]) Anexo I.3 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 1999 (doc. 37614 02605-02608); véase también el punto 110 del pliego de cargos.

([143]) Anexo I.4 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 1999 (doc. 37614 02610-02614); véase también el punto 111 del pliego de cargos.

([144]) Anexo 10 a la carta de Interbrew de 2 de febrero de 2000 (doc. 37614 7443-7447); véase también el punto 111 del pliego de cargos.

nuestros clientes un precio mínimo para las acciones promocionales lanzadas por medio de folletos.».

(110) El Director de alimentación, que trabajaba antes en el departamento de «Distribución directa Bélgica» de Interbrew declaró ([145]):

«Me enteré de que había conversaciones regulares con Alken-Maes y que nos llamábamos por teléfono regularmente. Cuando pregunté si eso era legal, [el Director general para Bélgica de Interbrew] afirmó que eso no planteaba problemas. Se me indicó por otro lado que esto se inscribía en un contexto belgofrancés más amplio (...).».

Y en respuesta a una solicitud de información complementaria, bajo el título «Acordar un plan para el sector alimentación relacionado con la presión promocional» ([146]):

«Como ya indicamos, se trataba de la presión vinculada a los folletos (es decir el número de folletos en un período determinado), el nivel de precios de las promociones y el número de artículos promocionales. De memoria, y por lo que yo sé, se trataba en 1996 de los precios promocionales y en 1997 del número de folletos, del nivel de precios y artículos promocionales.».

4.3.3.2. Declaraciones generales

(111) Interbrew admitió la existencia de las siguientes prácticas ([147]):

«Concertación con BSN (más tarde Danone) y/o Kronenbourg por lo que se refiere al comportamiento que debe adoptarse en cuanto a competencia y cooperación en el mercado belga desde marzo de 1993, aproximadamente, a enero de 1998 (...), que incluye:

— medidas concertadas en el sector hostelero (reducción de las inversiones improductivas y de los gastos publicitarios, servicios a los establecimientos...),

— respeto de los contratos de compra exclusiva de cada uno,

— reparto del mercado por lo que se refiere a los clientes nacionales,

— acuerdos sobre promociones en el comercio minorista,

— intercambio de información sobre la estructura del nuevo sistema de precios (1996)» ([148]).

(112) Alken-Maes indicó que a finales de 1994 estuvo implicado en ([149]):

«un pacto de no agresión, de limitación de las inversiones comerciales en el ámbito de la hostelería y la publicidad exterior, y una concertación de precios. La correcta aplicación del acuerdo había sido objeto de un procedimiento de consulta regular entre los directivos de las dos sociedades directamente» ([150]).

«Hubo numerosas reuniones entre colaboradores de Alken-Maes y principalmente [el Director general], entonces Consejero delegado, entre 1992 y 1998 con colaboradores de Interbrew, principalmente [los Directores generales respectivos], durante las cuales la distribución y la venta de cerveza en Bélgica fueron objeto de una concertación.» ([151]).

([145]) Anexo I.5 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02616-02618); véase también el punto 112 del pliego de cargos.

([146]) Anexo 12 a la carta de Interbrew de 2 de febrero de 2000 (doc. 37614 7451-7454).

([147]) Carta de Interbrew de 29 de febrero 2000 (doc. 37614 7696-7697).

([148]) «Concertation with BSN (later Danone) and/or Kronenbourg about competitive behaviour and co-operation on the Belgian market (as from about March 1993 to January 1998) (...), including: *concerted measures in Horeca (reduction of unproductive investments, reduction of advertisement spendings, draught services...). * respect of each other's ties. *market sharing in respect of national accounts. *agreements on promotions in the alimentación market * exchange of information about the structure of the new tarification system (1996).».

([149]) Carta de Alken-Maes de 27 de diciembre de 1999 (doc. 37614 02521-02523), carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7880).

([150]) «(...) un pacte de non-agression, de limitation des investissements commerciaux dans le domaine de l'horeca et de la publicité extérieure, et une concertation tarifaire. La bonne application de l'accord aurait fait l'objet d'une procédure de consultation régulière directement entre les dirigeants des deux sociétés».

([151]) «Il y a eu de nombreuses réunions entre des collaborateurs d'Alken-Maes et principalement Monsieur [...], alors administrateur délégué, entre 1992 et 1998 avec des collaborateurs d'Interbrew, principalement Messieurs[...] et [...], durant lesquelles la distribution et la vente de bière en Belgique ont fait l'objet d'une concertation.»; véase también el punto 114 del pliego de cargos.

4.4. **Intercambio bilateral de información entre Interbrew y Alken-Maes**

(113) Resumen

De un gran número de documentos se deduce que Interbrew y Alken-Maes se intercambiaban mensualmente información detallada sobre ventas ([152]). Alken-Maes y colaboradores de Interbrew declararon que este intercambio había comenzado a iniciativa de Interbrew ([153]). Según ambas partes, este intercambio comenzó a finales de 1991 sobre la base de un acuerdo verbal. Los corresponsales designados a tal efecto en Alken-Maes e Interbrew se intercambiaban información por teléfono ([154]). El sistema de intercambio de informaciones entre Interbrew y Alken-Maes era útil para llevar a la práctica los acuerdos antes descritos (en el punto 4.3).

(114) No se conoce la fecha precisa de comienzo del intercambio de información. Las declaraciones divergen a este respecto. Si bien, según algunas declaraciones, el intercambio había comenzado a partir de 1989 ([155]), la Comisión dispone de elementos de prueba que atestiguan que, en cualquier caso, había comenzado a finales de 1991. Según Interbrew empezó en diciembre de 1991 y según Alken-Maes en noviembre de 1991. El primer intercambio de datos se refiere a la evolución de las ventas totales (sectores hostelero y alimentación juntos) de pils y cerveza sin alcohol («n.a.») en porcentajes durante noviembre u octubre de 1991 ([156]).

(115) A partir de abril de 1992, se intercambian también las ventas en volumen (y no solamente las evoluciones en porcentajes) de la pils, la cerveza sin alcohol y la cerveza light (bajo contenido de alcohol). Por otra parte, las ventas se desglosan por canal de distribución y tipo de embalaje [respectivamente «alimentación» (comercio minorista) o «trad.» (hostelería) y «barrels» (barriles) u «others» (otros tipos de embalajes)]. Los datos relativos a marzo de 1992 se difunden en Interbrew el 22 de abril de 1992 ([157]). Posteriormente, se transmiten también los datos históricos relativos a las ventas en 1991 ([158]).

(116) A partir de octubre de 1992 por lo menos, se intercambia información mensual sobre las ventas en volumen en todos los segmentos ([159]). Los datos relativos a septiembre de 1992 se difunden en Interbrew el 15 de octubre ([160]). Este intervalo de cerca de dos semanas entre finales del mes y el intercambio de información correspondiente al mes de referencia se mantiene hasta la suspensión del mecanismo de intercambio ([161]).

(117) A partir de abril de 1994, las cifras de Interbrew ya no incluyen los volúmenes producidos por ésta bajo licencia y vendidos por terceros (es decir, las marcas Carlsberg y Tuborg) ([162]).

(118) A partir de 1997, se distingue en los datos entre las marcas de los cerveceros y las marcas propias de distribuidor que producen los cerveceros (*private labels*) ([163]).

(119) El lunes 8 de septiembre de 1997, se celebra una reunión entre el auditor de gestión de Alken-Maes y el «Jefe de información de marketing» y otro responsable de marketing de Interbrew relativa al intercambio de información ([164]). Alken-Maes hizo, a este respecto, la declaración siguiente ([165]):

«(...) El 8 de septiembre de 1997, a petición de [el Director general de Alken-Maes], [el auditor de gestión

([152]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documentos Fk2-1 (doc. 37614 00597), NvHR4 a NvHR 26 (doc. 37614 00599-01038), anexos 1 a 11 a la respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 01406-01845), anexos III y A.1 a A.3 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02017-02029).

([153]) Anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02587) y anexo 18 a la carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 07682); carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 07868-07885).

([154]) Respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 01370-01374), respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 01982-01983).

([155]) Anexos I.5 e I.6 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02616-02618).

([156]) Respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 01370-01371), respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 01982, 02022).

([157]) Anexo A.2 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02023-02024).

([158]) Respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 01371). Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento NvHR26 (doc. 37614 01033-01038).

([159]) Pils, cervezas sin alcohol, cervezas light, cervezas de mesa, pils de lujo, cervezas ambarinas, cervezas de abadía/trapenses, gueuze/cervezas afrutadas, cervezas amargas, cervezas blancas, rubias fuertes, cervezas regionales y cervezas inglesas.

([160]) Anexo A.3 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02025-02029).

([161]) Véase el anexo III a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información; la nota está fechada el 12 de julio de 1999 y se refiere a información relativa a junio de 1999 (doc. 37614 02017-02021).

([162]) Respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 a una solicitud de información y su anexo 10 (doc. 37614 01371 y 01834).

([163]) Respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 a una solicitud de información y su anexo 11 (doc. 37614 01371 y 01842-01845).

([164]) Respuesta de Alken-Maes de 10 de diciembre de 1999 a una solicitud de información y su anexo 40 (doc. 37614 01373-01374 y 01978).

([165]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7848-7865).

de Alken-Maes] se entrevistó con [el Jefe de información de marketing y otro responsable de la marketing de Interbrew] en el restaurante Le Roi d'Espagne de Bruselas con el fin de examinar la mejor manera de reflejar las ventas de productos con marca propia en los datos estadísticos intercambiados mensualmente entre Interbrew y Alken-Maes. En este encuentro también se discutió la segmentación general de los datos. Según [el auditor de gestión de Alken-Maes], esta reunión es consecuencia de la entrada de Interbrew en el segmento de la producción de cerveza vendida con marcas de distribuidor. Interbrew deseaba poder seguir la evolución de su cuota de ventas en este segmento, en el que esperaba obtener la misma cuota que en sus ventas de cerveza con marca propia» ([166]).

(120) De distintos documentos se desprende que hubo varios contactos telefónicos sobre la manera de aprovechar al máximo el intercambio de información ([167]). Así pues, a principios de 1999, se mantienen contactos con respecto al desglose de las cifras relativas a la pils por tipo de embalaje. Aunque los Directores comerciales de Interbrew y Alken-Maes llegaran a un acuerdo verbal sobre esta cuestión, éste no se aplicó nunca.

(121) Mediante carta de 5 de noviembre de 1999, Alken-Maes comunicó la decisión siguiente a Interbrew: El 27 de octubre de 1999 hemos decidido poner fin a la comunicación de nuestras cifras mensuales ([168]).

(122) El antiguo Director general para Bélgica de Interbrew declaró concretamente lo siguiente con respecto al intercambio de información ([169]):

«Si no me falla la memoria, este sistema fue implantado por [el Director general para Bélgica fija en la época] en 1992. (...) El objetivo era disponer tanto de información más actualizada y más precisa correspondiente al sector hostelero y al de alimentación. (...) Existían otras muchas estadísticas en el mercado, pero eran menos fiables y más lentas. (...) También recibíamos estadísticas de la CBB, pero estaban disponibles mucho menos rápidamente ya que sólo eran trimestrales. Nunca se hablaba de las cifras propiamente dichas con AM, pero se comentaba la tendencia de vez en cuando. Esto se hacía en el marco del acuerdo con [el Director gerente de Danone], según el cual nos interesaba aplicar "un enfoque prudente" al mercado. Así pues, examinábamos estos datos para examinar porqué ITW obtenía buenos resultados en un determinado ámbito y AM menos buenos, etc.».

(123) Cuando la Comisión pidió precisiones a este respecto mediante fax de 21 de enero de 2000 a Interbrew ([170]), esta declaración se completó del modo siguiente ([171]). A la pregunta de si el intercambio de información se utilizaba para controlar el cumplimiento de los acuerdos con Alken-Maes, se respondió:

«No. Aunque Kronenbourg lo pidió, no se celebró ningún acuerdo sobre las cuotas de mercado. Por lo tanto no se necesitaba control alguno. El hecho de hacer un comentario general no significaba que se dieran instrucciones internas basadas en las cifras. Se trataba de comentarios sobre las cifras, pero nunca estaban vinculados a medidas.».

(124) El Director de alimentación, que luego llegó a Director general para Bélgica de Interbrew declaró, en particular ([172]):

«Tenía conocimiento del sistema de intercambio entre ITW y AM. Lo esperábamos con impaciencia, ya que era práctico y rápido. (...) Afinábamos la información lo más posible, para tener buenos datos comerciales ("market intelligence"). Conocíamos nuestra cuota de mercado en Bélgica con una precisión de una décima. La información obtenida era muy interesante. Consultábamos en primer lugar esta información, luego la de la CBB, luego la de Nielsen (en caso necesario). Para la evaluación del mercado, utilizábamos sobre todo estos documentos. Sin embargo esta información

([166]) «(...) le 8 septembre 1997, suite à la demande de Monsieur [...], Monsieur [...] a rencontré Messieurs [...] et [...] au restaurant Le Roi d'Espagne à Bruxelles afin d'examiner la meilleure façon de prendre en compte les ventes des produits sous marque de distributeur dans les données statistiques échangées mensuellement entre Interbrew et Alken-Maes. Lors de cette rencontre, la segmentation générale des données a aussi été discutée. D'après Monsieur [...], cette réunion fait suite à l'entrée par Interbrew dans le segment de la production de bière vendue sous des marques de distributeur. Interbrew désirait pouvoir suivre l'évolution de sa part des ventes dans ce segment, dans lequel elle espérait obtenir la même part que pour ses ventes de bière sous des marques propres»; véase también el punto 121 del pliego de cargos.

([167]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento NvHR26 (doc. 37614 00963-00965).

([168]) Anexo a la carta de Alken-Maes del 5 de noviembre de 1999 a la Comisión Europea (doc. 37614 01343-01345).

([169]) Anexo I.1 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 a la Comisión Europea (doc. 37614 02586-02587); véase también el punto 124 del pliego de cargos.

([170]) Fax de la Comisión Europea de 21 de enero de 2000 (doc. 37.614 02675-02681).

([171]) Anexo 2 a la carta de Interbrew de 2 de febrero de 2000 a la Comisión Europea (doc. 37614 7333-7337); véase también el punto 125 del pliego de cargos.

([172]) Anexo I.4 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 a la Comisión Europea (doc. 37614 02610-02611); véase también el punto 126 del pliego de cargos.

no influyó sobre ninguna decisión. El gran competidor no era AM sino las marcas de distribuidor. (...)».

(125) Interbrew declaró ([173]) que reconocía la existencia de «intercambios de información con Alken-Maes: volumen total de ventas de cerveza en el mercado belga (diciembre de 1991); intercambio mensual de los volúmenes de pils y de cerveza sin alcohol (desde comienzos de 1992). De octubre de 1992 a noviembre de 1999: intercambio mensual de información sobre todos los segmentos (volúmenes)» ([174]) .

4.5. **Reuniones celebradas en el marco de la CBB**

(126) Resumen

Entre octubre de 1990 y junio de 1997 se celebró un gran número de reuniones de grupos de trabajo, en los cuales los miembros de la CBB discutieron la estructura de precios y otras medidas colectivas. Se trata, en este caso de las reuniones del grupo de trabajo «Estructura de tarifas», también denominado «Estructura de precios», y de los grupos que le sucedieron, es decir el grupo de trabajo «Visión 2000» y la comisión «Política de mercado». Interbrew y Alken-Maes desempeñan un papel dominante en el grupo de trabajo «Visión 2000», en la comisión «Política del mercado» y en los subgrupos de trabajo que dependen de éstos.

(127) Hasta el mes de agosto de 1993, se celebraron varios debates en el grupo de trabajo «Estructura de precios» o «Estructura de tarifas» de la CBB. En 1990 y 1991, el grupo se reúne una decena de veces. En 1992 y en el primer semestre de 1993, las actividades del grupo de trabajo parecen haberse reducido ([175]). Un colaborador de Interbrew preside el grupo de trabajo durante la mayor parte de este período. Alken-Maes está representado en el grupo por un Director de ventas ([176]).

(128) A partir de la reunión del 4 de agosto de 1993, el grupo de trabajo «Estructura de precios» pasa a denominarse «Visión 2000». Los miembros del grupo son el Director de alimentación de Interbrew, dos colaboradores de Alken-Maes, el Director comercial de Haacht y un colaborador de la CBB ([177]). Durante esta primera reunión del grupo celebrada con su nueva denominación, el debate se refiere a la armonización de las estructuras de precios existentes para las entregas al comercio minorista en Bélgica y en el exterior. Para el sector hostelero, se acuerda calcular los descuentos de la misma manera que para el comercio minorista ([178]).

(129) En la reunión del 15 de octubre de 1993, el grupo de trabajo reflexiona sobre un proyecto de estudio cuyos objetivos son, en particular, «evaluar las perspectivas de desarrollo comercial del negocio de la cerveza y el sector hostelero» y «estudiar problemas concretos: importaciones paralelas (...)» ([179]). Ciertos documentos de la CBB de 9 y 12 de noviembre de 1993 precisan los objetivos del proyecto «Posibilidades 2000». Como antecedentes, se mencionan, en particular, los puntos siguientes:

«2. Apertura de las fronteras de la CEE

Consecuencias:

— modificación de la estructura de precios,

— importaciones paralelas,

— intrusión extranjera.

3. Diferencias profesionales — comparar Bélgica con los países vecinos (Países Bajos y Francia)

Uno de los objetivos atribuidos al proyecto consiste en "evaluar el desarrollo actual y futuro del comercio de la cerveza y del sector hostelero en Bélgica para poder, como cerveceros, establecer nuestra estrategia comercial a medio plazo".» ([180]).

(130) El proyecto es finalmente realizado por cuenta de la CBB por Arthur D. Little. En el estudio «Posibilidades 2000», se compara el mercado belga a los mercados neerlandeses y franceses, en particular, por lo que se refiere a las tarifas, sistemas de distribución, inversiones en el sector hostelero y márgenes de beneficios de los comerciantes de cervezas en Bélgica, Países Bajos y Francia ([181]).

([173]) Carta de Interbrew de 29 de febrero de 2000 a la cual se adjuntaba una declaración de la empresa con fecha de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 7689-7700).

([174]) «Exchanges of information with Alken-Maes: total volumes of sales of beer on the Belgian market (December 1991); monthly exchanges on volumes for pils and non-alcoholics (as from early 1992). As from October 1992 until November 1999: monthly exchanges of information on all segments (volumes).».

([175]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 y sus anexos 1 a 30 (doc. 37614 7873-7879, 7889-8064).

([176]) Véase también el punto 129 del pliego de cargos.

([177]) Véase también el punto 130 del pliego de cargos.

([178]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 y su anexo 31 (doc. 37614 7879, 8065-8067).

([179]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento ROK18 (doc. 37614 01275-01283).

([180]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento ROK16 (doc. 37614 01268-01272) [Original en lengua neerlandesa]; anexo 32 a la carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 8069-8072).

([181]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7879).

(131) El grupo de trabajo «Visión 2000» sigue el proyecto. A tal efecto se reúne los días 17 enero ([182]), 22 de febrero ([183]), 24 de mayo ([184]) y 25 de agosto de 1994 ([185]).

(132) En el acta del Consejo de administración de la CBB de 21 de septiembre de 1994, puede leerse bajo el título «Visión 2000»: «el Presidente recuerda que, en el marco de la apertura de las fronteras y debido al aumento de las importaciones paralelas, el Consejo decidió encargar a Arthur D. Little la elaboración de un informe sobre la estructura de precios en Bélgica y en los países vecinos (...)» ([186]). El 26 de octubre de 1994, el informe de Arthur D. Little es objeto de un debate pormenorizado en el Consejo de administración de la CBB ([187]).

(133) De distintos documentos se desprende que, en el marco de sus contactos bilaterales, Interbrew y Alken-Maes adoptaron un planteamiento común y se concienciaron de las ventajas que supondría tomar algunas iniciativas en el marco de la CBB. En un documento interno de Interbrew, que da cuenta de una reunión celebrada con Alken-Maes el 29 de agosto de 1994, se puede leer ([188]):

> «(...) 3. Hemos convenido que el debate del proyecto Hostelería 2000 de Arthur D. Little en la CBB puede constituir un foro conveniente para estudiar los medios de reducir el coste de las ventas en el sector hostelero (...).» ([189]).

(134) En varios otros documentos, que se refieren, en particular, a los acuerdos entre Interbrew y Alken-Maes, se habla también las posibilidades que tienen las dos fábricas de cerveza de conseguir algunos de sus objetivos comunes y sus acuerdos por medio de la CBB ([190]).

(135) Los resultados finales del estudio «Posibilidades 2000» son presentados por Arthur D. Little a la CBB el 22 de noviembre de 1994 ([191]).

(136) El grupo de trabajo se reúne de nuevo el 12 de diciembre de 1994. A partir de este momento, el informe de Arthur D. Little sirve de inicio a nuevos debates. Éstos se centran en el papel de los distintos protagonistas de la cadena de distribución y en la remuneración/precio correspondiente, así como en las inversiones en el material de promoción destinado a los puntos de venta del sector hostelero, que deberían estar en función de las ventas de cerveza de barril ([192]).

(137) El grupo de trabajo «Visión 2000» se reúne el 17 ([193]) y 31 de enero de 1995. En esta última reunión, se constituyen varios subgrupos para ocuparse de seis aspectos concretos, entre ellos ([194]):

> «(...) 4. Inversiones en artículos publicitarios: (vasos y posavasos)
>
> (Presidente: [el Jefe de hostelería de Alken-Maes])
>
> Objetivo:
>
> — evitar la competencia en este ámbito
>
> — armonización
>
> 5. Gestión de precios franco/retirada:
>
> (Presidente: [el Director general de Alken-Maes])
>
> Objetivo:
>
> — situación en los países limítrofes
>
> — "puesta a punto" de las indemnizaciones logísticas
>
> — fijación de normas para transportistas

([182]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento ROK15 (doc. 37614 01266-01267).
([183]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documentos ROK 13 (doc. 37614 01255) y ROK14 (doc. 37614 01256-01265).
([184]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento ROK12 (doc. 37614 01230-01254).
([185]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento ROK10 (doc. 37614 01222-01224).
([186]) Anexo 12 a la respuesta de la CBB de 24 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 3761402222-02226).
([187]) Anexo 12 a la respuesta de la CBB de 24 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 3761402222).
([188]) Anexo II a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02014), véase también el considerando 57.
([189]) «(...) 3. We agreed that discussion in the CBB on the Arthur D. Little Horeca 2000 project can be a good forum to study ways and means to reduce the cost of doing business in Horeca (...)».
([190]) Anexos B5, B9 y B11 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02041-02043, 02062-02063, 02066), véanse también los considerandos 58 y 66.
([191]) Anexo 36 a la carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 8363-8443).
([192]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento ROK8 (doc. 37614 01214-01216); Verificaciones efectuadas en Interbrew, documento MV11 (doc. 37614 8802-8804).
([193]) Anexo 15 a la respuesta de la CBB de 24 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02493).
([194]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento ROK7 (doc. 37614 01211-01213), carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7880); véase también el punto 139 del pliego de cargos.

6. Inversiones en puntos de venta:

(Presidentes: [el Director comercial de hostelería para Bélgica de Interbrew y el Jefe de hostelería de Alken-Maes])

Objetivo:

— recomendaciones concretas

— problemas y oportunidades» ([195]).

(138) Un documento más general titulado «Visión» se difunde el 25 de enero para debate en la reunión del 15 de febrero. Los objetivos del grupo de trabajo se definen del modo siguiente ([196]):

«Establecer el papel de cada eslabón de la cadena de distribución

Establecer un marco que retribuya correctamente a cada socio en función del papel efectivo que desempeña (...)» ([197]).

(139) En el marco del subgrupo 5, presidido por el Director general de Alken-Maes, se envía un cuestionario referente a la situación logística de las fábricas de cerveza a Interbrew, Alken-Maes, Haacht, Palm, Silly y Moortgat el 16 de febrero de 1995, inmediatamente después de la reunión del grupo de trabajo del 15 de febrero de 1995 mencionada en el considerando 138 ([198]).

(140) El subgrupo 6, «Inversiones en puntos de venta», retoma el estudio emprendido en su tiempo por el grupo de trabajo «Estructura de precios» con el fin de armonizar el nivel de las inversiones en el sector hostelero. Se recurre a tal efecto al asesor Opdebeeck ([199]).

(141) El 30 de marzo de 1995 tiene lugar una nueva reunión del grupo de trabajo «Visión 2000». De los informes de los subgrupos se desprende, en particular, que los planes del subgrupo 4 (Inversiones en artículos publicitarios) se concretan y que se suspenden temporalmente las actividades del subgrupo 5 para que los miembros reflexionen ([200]).

(142) El estado actual de los trabajos del grupo de trabajo «Visión 2000» se examina en una reunión del 18 de abril de 1995 en la que Interbrew está representada por su Director general para Bélgica, su Director comercial de hostelería para Bélgica y su Director de alimentación y Alken-Maes por su Director general, su Jefe de hostelería y su Jefe de alimentación ([201]).

(143) El 7 de julio de 1995, el grupo de trabajo «Visión 2000» se reúne de nuevo ([202]). Durante esta reunión, el grupo en su conjunto suscribe las conclusiones del subgrupo 4 (Inversiones en artículos publicitarios). La principal conclusión es que los cerveceros deberían aplicar la norma de 60 BEF de inversión por hectolitro. Las actividades del subgrupo 5 (Gestión de precios franco/retirada) siguen en suspenso. En el subgrupo 6 (Inversiones en puntos de venta) hay unanimidad sobre el principio de racionalización común de las inversiones, pero las opiniones divergen sobre el procedimiento que debe seguirse.

(144) La novedad es que se prevé también limitar la publicidad exterior. A tal efecto se constituye un subgrupo distinto bajo la presidencia del Director general de Alken-Maes. En el informe, se precisa que «las medidas recogidas en este documento sólo podrán considerarse a reserva de su conformidad con la legislación belga y europea» ([203]).

(145) En julio de 1995, Alken-Maes recibe una copia de la nota de presentación de la nueva política comercial de Interbrew enviada por el Director de alimentación de Interbrew al CBB ([204]). La nota resume la estructura actual de precios de Interbrew y sus inconvenientes y concluye que es necesaria una nueva estructura de precios. La propuesta tiene por objeto llegar «a una competencia por los precios a un nivel superior». También se destaca que el éxito depende de que «todos

([195]) «(...) 4. Investissements dans les articles publicitaires: (verres et sous-bocs), (Président: [...]), But:* éviter la concurrence dans ce domaine, *harmonisation, 5. Gestion de la tarification franco/enlèvement: (Président: [...]), But: *situation dans les pays limitrophes, *"mise au point" des indemnités logistiques, *fixation des normes pour transporteurs, 6. Investissements dans des points de vente: (Présidents: [...]), But: *recommandations concrètes, *problèmes et opportunités».

([196]) Anexo 15 de la respuesta de la CBB de 24 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02493-02513).

([197]) «Établir le rôle de chaque maillon de la chaîne de distribution. Établir un cadre qui rémunérera correctement chaque partenaire en fonction du rôle effectif qu'il joue (...)».

([198]) Anexos 14 y 15 de la respuesta de la CBB de 24 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02490-02513), carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 y su anexo 38 (doc. 37614 7880, 8444-8493); véase también el punto 140 del pliego de cargos.

([199]) Carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7880).

([200]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento ROK6 (doc. 37614 01208-01210).

([201]) Anexo B19 a la respuesta de Interbrew de 23 de diciembre de 1999 a una solicitud de información (doc. 37614 02093), véase también el considerando 73, así como el punto 143 del pliego de cargos.

([202]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento ROK5 (doc. 37614 01200-01207).

([203]) «Les mesures reprises dans ce document ne pourront être envisagées que sous réserve de leur conformité à la législation belge et européenne»; véase también el punto 144 del pliego de cargos.

([204]) Verificaciones efectuadas en Alken-Maes, documento MV12 (doc. 37614 00460-00471) [Original en lengua neerlandesa]; carta de Alken-Maes de 7 de marzo de 2000 (doc. 37614 7881); véase también el punto 145 del pliego de cargos.

los abstecedores belgas de cerveza trabajen de la misma manera (CBB)».

(146) Según una declaración del entonces Director de alimentación de Interbrew, la nota mencionada en el considerando 145 data del 8 de diciembre de 1994 y se presentó también a los miembros de la CBB después de debatirla con los clientes. Así, sirvió de base a los distintos debates, en particular, en el marco de las comisiones de la CBB ([205]).

(147) En la reunión de la comisión «Política de mercado» del 9 de enero de 1996, los miembros confirman que se aprobó el principio de la entrega de material publicitario en función del número de hectolitros, sin distinción entre pils y cervezas especiales, y que habrá preparada una propuesta a finales de febrero ([206]). El Director comercial de hostelería de Bélgica de Interbrew declaró a este respecto ([207]):

> «(...) Se asignaba una serie de puntos por Hl o por barril. Estos puntos daban derecho proporcionalmente al material publicitario. Esto se discutió también en la CBB. (...)».

Este sistema se denominaba «PKB», «*Publicitair Krediet Bon*» (bono de crédito publicitario).

(148) La reunión siguiente tiene lugar el 12 de marzo de 1996. Durante esta reunión, todo indica que la fábrica de cerveza Haacht no desea hablar más de las inversiones en puntos de venta ni de la elaboración, en este ámbito, de un método de cálculo uniforme. Con respecto al grupo de trabajo «Publicidad exterior», la comisión considera, en su informe, que sería conveniente reactivarlo, debido a la posibilidad de obtener incrementos de eficiencia ([208]).

(149) En la reunión del 23 de mayo de 1996, se examina de nuevo la situación en todos los grupos de trabajo ([209]).

(150) El 9 de septiembre de 1996 se reúne de nuevo la comisión «Política de mercado» de la CBB. Durante esta reunión, se repasan los progresos realizados por los distintos grupos de trabajo. Por lo que se refiere a las inversiones en los puntos de venta, todo indica que sólo dos de las seis fábricas de cerveza inicialmente interesadas están dispuestas a seguir con el proyecto. No se sabe de qué fábricas de cerveza se trata, pero se puede suponer, habida cuenta de los hechos que precedieron, que se trata de Interbrew y Alken-Maes. Se trata de saber si el grupo de trabajo sigue interesando o si debe disolverse. Por lo que se refiere al subgrupo «Inversiones en material publicitario», se indica que ya se presentó el proyecto al Consejo de administración de la CBB y que puede comenzar a más tardar el 1 de enero de 1997. El subgrupo encargado de la publicidad exterior anuncia que presentará propuestas concretas en la próxima reunión ([210]).

(151) En su reunión del 18 de septiembre de 1996, el Consejo de administración de la CBB examinó con todo detalle los trabajos de la comisión «Política de mercado» ([211]).

(152) En la reunión del 14 de noviembre de 1996, la comisión «Política de mercado» examinó de nuevo los progresos realizados por los distintos grupos de trabajo ([212]).

(153) Durante la reunión de la comisión del 5 de febrero de 1997, entre otras cosas, se examinaron pormenorizadamente las propuestas relativas a las inversiones en la publicidad exterior. El objetivo consiste en llegar a normas comunes ([213]).

(154) El 13 de mayo de 1997 tiene lugar la última reunión de la comisión «Política de mercado» de la que se dispone de documentos. Durante la reunión, se indica que se tomó una decisión por lo que se refiere a las inversiones en material publicitario, que Alken-Maes enviará una carta a los propietarios de bares el 1 de julio de 1997 y que las otras fábricas de cerveza seguirán. Los participantes consideran que por lo tanto ya no es necesario inscribir este punto en el orden del día.

(155) Por lo que se refiere a las cuestiones tratadas por los grupos de trabajo encargados de las inversiones en los puntos de venta y la publicidad exterior, la comisión constata que no se puede alcanzar la unanimidad ([214]).

4.6. **Reuniones relativas a las marcas de distribuidor** ([215])

(156) Resumen

Se examinó la situación del mercado de las cervezas vendidas con marca propia en Bélgica y se intercambió información durante varias reuniones. Ningún de los

([205]) Anexo 11 a la carta de Interbrew de 2 de febrero de 2000 (doc. 37614 7449); véase también el punto 145 del pliego de cargos.
([206]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento CD2 (doc. 37614 01126-01127).
([207]) Anexo I.3 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02608); véase también el punto 146 del pliego de cargos.
([208]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documentos CD1 y CD3 (doc. 37614 01125, 01128-01135).
([209]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documentos WJ3 (doc. 37614 01076-01077) y CD4 (doc. 37614 01136-01141).
([210]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documentos WJ1, WJ2 (doc. 37614 1074-1077) y CD7 (doc. 37614 01151-01155).
([211]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento WJ1 (doc. 37614 01071-01073).
([212]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento WJ9 (doc. 37614 01089-01090).
([213]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documento CD8 (doc. 37614 01156-01161).
([214]) Verificaciones efectuadas en la CBB, documentos WJ6 (doc. 37614 01082-01084), CD 9 y CD 10 (doc. 37614 01162-01168).
([215]) Reuniones examinadas en la medida en que se refieren a los suministros de cerveza vendida con marca propia en el mercado belga.

participantes niega que se hayan celebrado las reuniones. En cambio se han facilitado informaciones contradictorias por lo que se refiere a las fechas, y por lo tanto éstas no pueden determinarse con exactitud. El número de reuniones tampoco se conoce exactamente, pero en cualquier caso fueron cuatro como mínimo (véase más adelante) ([216]).

Fecha	Participantes	Lugar
Otoño/invierno 1997 (probablemente el 9.10.1997)	Interbrew — Director de alimentación Alken-Maes — Gerente alimentación Haacht — Director marketing y alimentación Martens — «Director gerente»	Holiday Inn, Diegem (B)
Primavera 1998	Interbrew — Director de alimentación Alken-Maes — gerente alimentación Haacht — Director marketing y alimentación Martens — «Director gerente»	Elewijt Business Center, Zemst (B)
Primavera 1998 (probablemente el 15.6.1998)	Interbrew — Director de alimentación Alken-Maes — Gerente alimentación Haacht — Director marketing y alimentación Martens — «Director gerente» Representantes de dos cerveceras neerlandesas ([217])	Novotel, Breda (NL)
Verano (probablemente el 7.7.1998)	Interbrew — Director de alimentación Alken-Maes — Director comercial Haacht — Director marketing y alimentación Martens — «Director gerente» Representantes de dos cerveceras neerlandesas	Novotel, Breda (NL)

([216]) Anexo I.5 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02615-02618), anexos 12 y 13 a la carta de Interbrew de 2 de febrero de 2000 (doc. 37614 7450-7456), respuestas de Alken-Maes de 5 de abril de 2000 (doc. 37614 8920-8934), de Haacht de 5 de abril de 2000 (doc. 37614 8951-8952) y de Martens de 6 de abril de 2000 (doc. 37614 8953-8954); véase también el punto 154 del pliego de cargos.

([217]) Por motivos de confidencialidad, los nombres de las dos cerveceras nnerlandesas y de sus representantes no figuran en la presente decisión.

(157) El entonces Director de alimentación de Interbrew, nombrado luego Director general para Bélgica, que participó por aquella época en estas reuniones, hizo la siguiente declaración ([218]):

> «también hubo reuniones entre cerveceros fabricantes de cervezas vendidas bajo marca propia. Esto fue a iniciativa de [el Director general para Bélgica de Interbrew] y [el Director general de Alken-Maes].».

> «La primera reunión se celebró en el Holiday Inn de Diegem el 9 de octubre de 1997, por instrucción de [el Director general para Bélgica de Interbrew] . (...) Las reuniones tenían por objeto elaborar el mapa del mercado para la cerveza de marcas de distribuidor en Bélgica. Se mencionaban los datos siguientes (ejemplo) [*NOTA*: sigue un cuadro ficticio que contiene las columnas siguientes]: producto, cantidad, cliente, tipo de contrato, cervecero, precio. No estoy seguro de que se haya intercambiado efectivamente la última columna, pero era lo previsto. El objetivo consistía en no desencadenar una guerra de precios entre los cuatro cerveceros antes citados en caso de nueva solicitud de precios. El cervecero que tenía el contrato ofrecía su precio, los otros hacían una oferta más elevada. Dado que se interrumpió la concertación, no se efectuó ninguna corrección, salvo que Interbrew no presentó oferta en un contrato de Aldi. Este contrato de Aldi correspondía a uno de los otros cerveceros, que creo recordar que se trataba de Martens ».

> «A petición de [el "managing Director" de Martens], que también tiene volúmenes en los Países Bajos, se organizó una reunión con los cuatro cerveceros belgas y con dos cerveceros neerlandeses, (...). [el Director gerente de Martens] sólo estaba dispuesto a proseguir las discusiones en Bélgica a condición de que se hiciera lo mismo para los otros mercados en los que suministraba marcas de distribuidor, es decir los Países Bajos y Alemania. Interbrew Belgium desempeñó, en este caso, el papel de intermediario (...).».

> «Se archivó todo el asunto porque los participantes lo encontraban demasiado peligroso.».

(158) Alken-Maes, Haacht y Martens indicaron que el objeto de las reuniones era examinar la indemnización de clasificación (es decir, el importe adeudado al comercio minorista por la clasificación de las botellas retornables

([218]) Anexo I.5 a la carta de Interbrew de 14 de enero de 2000 (doc. 37614 02615-02618) y anexos 12 y 13 a la carta de Interbrew de 2 de febrero de 2000 (doc. 37614 7450-7456); véase también el punto 155 del pliego de cargos.

suministradas en cajas); también tenían por objeto, según Haacht, la importancia cada vez mayor de las marcas de distribuidor y la posición dominante de la gran distribución ([219]).

(159) Haacht declara ([220]):

«la divergencia de precio entre las marcas A y las marcas de distribuidor no dejaba (...) de aumentar y era necesario un intercambio de opiniones sobre esta evolución con algunas fábricas de cerveza del Benelux».

Con respecto a las reuniones celebradas en los Países Bajos:

«(...) no operábamos en el mercado neerlandés y en consecuencia no estábamos realmente interesados».

«Se intercambiaba información acerca de los clientes, los embalajes y los volúmenes. (...) sin embargo, la conclusión que se desprende de las reuniones, a saber, que convenía adoptar una posición más firme relativa a los precios ya bajos que se concedían, no se llevó a efecto, ya que no se decidió el descenso de precios.».

(160) Según declaraciones transmitidas por Alken-Maes ([221]) «cada participante tomó nota por sí mismo de los volúmenes, el tipo de productos y los productores. Por lo que se refiere al mercado neerlandés, se rechazó todo intercambio de información.» Con respecto a la última de las cuatro reuniones: «se habló de la evolución del mercado de las marcas de distribuidor en las cadenas de grandes superficies. Mi conclusión [*N.B.*: la del Director comercial de Alken-Maes ([222])] fue que reinaba una gran desconfianza entre las distintas empresas. Personalmente, concluí que esta reunión era inútil.»

(161) Interbrew reconoció ([223]) haber participado en un «acuerdo sobre el nivel de precios y sobre el reparto del mercado en el ámbito de las marcas de distribuidor (1997-1998)» ([224]).

([219]) Véase la nota 216.
([220]) Véase la nota 216.
([221]) Anexos 3 y 4 a la respuesta de Alken-Maes de 5 de abril de 2000 a una solicitud de información (doc. 37614 8946-8950).
([222]) Véase también el punto 158 del pliego de cargos.
([223]) Carta de Interbrew de 29 de febrero de 2000 (doc. 37614 7697).
([224]) «Agreement on price level and market sharing in the private label market (1997-1998)».

5. OBSERVACIONES ESCRITAS PRESENTADAS POR LAS PARTES EN RESPUESTA AL PLIEGO DE CARGOS

5.1. Danone y Alken-Maes

(162) En su respuesta escrita al pliego de cargos, Danone formuló, en particular, las observaciones siguientes. Alken-Maes declaró que suscribía esta opinión de Danone.

5.1.1. *Acuerdos bilaterales entre Interbrew y Alken-Maes*

(163) Presunto vínculo con el mercado francés

Danone observa en primer lugar que, a pesar de que en el expediente no hay rastro alguno de un posible estudio sobre la situación del mercado francés en la época en cuestión, la Comisión afirma que Danone amenazaba a Interbrew en Francia. Esto afecta a los derechos de Danone a defenderse.

(164) A este respecto, Danone niega, en cualquier caso, haber exigido a Interbrew en 1994 que ésta transfiriese 500 000 Hl a Alken-Maes, amenazándola con ponerle las cosas difíciles en el mercado francés (véase el considerando 53). Danone observa que esta alegación se basa solamente en declaraciones hechas en 2000 por colaboradores de Interbrew (véase el considerando 54). No cabe deducir de ninguno de los documentos que datan de 1994 que Danone haya impuesto tal exigencia ni haya pronunciado tal amenaza. Danone considera dudoso el valor probatorio del documento de Heineken que confirmaría esta exigencia de Danone (véase el considerando 55), porque no se determinan claramente el autor y el contexto de este documento.

(165) La hipótesis de las amenazas es, según Danone, tanto menos verosímil cuanto que Kronenbourg no estaba en condiciones de eliminar a Interbrew del mercado. Además, las cervezas especiales de Interbrew, especialmente Leffe y Hoegaarden, eran muy importantes en Francia. Danone señala que en 1994 ejerció presiones sobre Alken-Maes para obligarle a practicar una política comercial agresiva en Bélgica (véase el considerando 58), lo que muestra, según Danone, que entraba en el juego de la competencia. Danone observa también que a Interbrew simplemente le interesaba mantener su posición dominante en el mercado belga (véase a continuación el considerando 167).

(166) Danone indica que en la reunión del 11 de mayo de 1994, un representante de Danone dijo a Interbrew que ésta debía poner fin a su abuso en Bélgica (véase a continuación el considerando 167), pues, de lo contrario, se adoptaría una posición más dura respecto a Interbrew en Francia. Las medidas consideradas consistían en importaciones paralelas de Francia en Bélgica y en una aplicación estricta de los contratos de distribución franceses (en aquella época, según Danone, se toleraban las cervezas especiales de Interbrew en los establecimientos de bebidas que tenían un contrato de exclusividad con Kronenbourg). La cifra de 500 000 Hl de cerveza fue mencionada por Alken-Maes en una reunión que tuvo lugar con Interbrew con respecto a la política agresiva aplicada por Alken-Maes. Esta cifra correspondía a la cantidad suplementaria que Alken-Maes necesitaba para ser rentable. No se trataba pues de exigir a Interbrew que transfiriera esta cantidad a Alken-Maes. Según Danone, fue Interbrew quien, en la reunión del 11 de mayo de 1994, quiso hablar con Danone de consolidar su posición en el mercado francés y por lo tanto quiso establecer una relación entre los mercados belga y francés. Interbrew quería reforzar su posición en Francia comprando total o parcialmente la división de cerveza de Danone y garantizando una buena distribución de sus cervezas especiales. Para Danone, el único objetivo de la reunión del 11 de mayo de 1994 era presentar a su nuevo Director general de la división cerveza.

(167) No se tiene en cuenta el abuso de posición dominante de Interbrew en el mercado belga

En segundo lugar, conviene, según Danone, tener en cuenta la posición dominante de Interbrew en el mercado belga. Danone observa que Interbrew no solamente tiene en Bélgica una cuota de mercado del 56 %, sino que dispone además de las marcas de cerveza más conocidas: en seis de los ocho segmentos del mercado de la cerveza, la cerveza más vendida es una marca de Interbrew. Además Interbrew consolidó desde 1990 su posición en el mercado hostelero comprando comerciantes de cervezas, lo que hizo que numerosos cerveceros dependan ahora de Interbrew para la distribución de sus productos en el mercado hostelero. Danone destaca también, a este respecto, el crecimiento internacional de Interbrew desde principios de la década de los años noventa, que hizo que Interbrew llegase a ser el mayor cervecero europeo y el segundo cervecero mundial. Según Danone, esta expansión internacional se financia gracias a la fuerte posición de Interbrew en el mercado belga. Dado que era importante que Interbrew mantuviera esta posición dominante, según Danone, tomó la iniciativa de entablar conversaciones con Alken-Maes, en reacción a la política agresiva de precios practicada por ésta desde 1992.

(168) A causa de su posición dominante, Interbrew podía, en particular, determinar la nueva estructura de precios que el sector debía adoptar. Así pues, según Danone, la estructura de precios deseada por Alken-Maes fue rechazada por Interbrew y Alken-Maes ya no tuvo otra posibilidad que basarse en el sistema de precios de Interbrew. Cuando a continuación Interbrew decidió unilateralmente introducir su nueva estructura de precios a partir del 1 de enero de 1997, impuso a Alken-Maes, según Danone, la estructura que había elegido.

(169) Danone mantiene que Interbrew abusó de su posición dominante durante el período de referencia. Aunque la Comisión reconozca, según Danone, la existencia de tal abuso, puesto que abrió una investigación a este respecto, no se tiene en cuenta este aspecto en el pliego de cargos. Danone considera que debería haberlo hecho, ya que el abuso explicaría las relaciones entre Interbrew y sus competidores, entre ellos Alken-Maes, durante el período en cuestión. Así pues, la Comisión se equivoca al mencionar las presuntas presiones que Alken-Maes y Danone habían ejercido sobre Interbrew para que adaptase su comportamiento en el mercado belga.

(170) Según Danone, el abuso cometido por Interbrew consistió, en particular, en intentar convencer a los bares que tenían un contrato exclusivo con Alken-Maes de que rompiesen este contrato, ofreciéndoles cerveza a precios inferiores al precio de coste. En la reunión del 24 de noviembre de 1994 (véase el considerando 68), Alken-Maes pidió a Interbrew que pusiera fin a las prácticas abusivas y, en este contexto, Interbrew y Alken-Maes se pusieron de acuerdo sobre el principio del respeto mutuo de sus establecimientos de bebidas vinculados. Alken-Maes reiteró su petición de que Interbrew pusiera fin a su abuso mediante carta de 30 de enero de 1995 (véase el considerando 72).

(171) Control de precios en Bélgica

En tercer lugar, Danone declara que conviene tener en cuenta el control de precios, que obligaba a las empresas afectadas a presentar una declaración de subida de precios. Según Danone, por este motivo, los cerveceros estaban obligados a concertarse sobre los precios de algunas cervezas y a justificar de manera detallada su estructura de costes. De este modo los cerveceros estaban informados de la estructura de costes y de la política de precios de sus competidores y se concertaban a este respecto con total legitimidad.

(172) La reunión con la Federación de comerciantes de cervezas del 28 de enero de 1993 tuvo lugar en este contexto por lo que las partes no eran conscientes de que infringían las normas de competencia. En efecto, en esta época el Estado todavía supervisaba los precios y los cerveceros esperaban, por añadidura, la reacción del Ministerio de asuntos económicos a una declaración de subida de precios presentada por la CBB. Además, a causa del control de precios, Danone y Alken-Maes no eran conscientes del carácter ilegal del intercambio de información entre Interbrew y Alken-Maes.

(173) El papel de iniciador desempeñado por Interbrew

Danone alega también que Interbrew tomó la iniciativa de las distintas conversaciones y acuerdos con Alken-Maes. En noviembre de 1993, Interbrew toma la iniciativa de aumentar los precios en el comercio minorista y, según Danone, recurrió a tal efecto a la ayuda de Alken-Maes (véase el considerando 167). También la reunión del 11 de mayo de 1994 se habría organizado a iniciativa de Interbrew (véase el considerando 166). Interbrew, además habría tomado en 1995 la iniciativa de las conversaciones con Alken-Maes con respecto a la nueva estructura de precios ([225]). Danone mantiene también que Interbrew tomó la iniciativa del intercambio de información ([226]).

(174) Inexistencia de acuerdos sobre precios y reparto del mercado

Por último, Danone niega que se hayan concluido acuerdos entre Alken-Maes e Interbrew, de 1993 a 1998, sobre precios y reparto del mercado. Cierto es que Alken-Maes e Interbrew discutieron sobre la manera de frenar el descenso de los precios en el comercio minorista en 1993 y 1994, pero, según Danone, en el contexto del control de precios esto no se podría considerar un acuerdo bilateral sobre precios. Las otras conversaciones que tuvieron lugar en 1993 no versaron, según Danone, sobre precios sino sobre la limitación de las inversiones comerciales en el sector hostelero. En la reunión del 9 de noviembre de 1994, las partes, según Danone, no celebraron ningún acuerdo sobre precios (véase el considerando 66), sino que simplemente constataron que los distribuidores no podían vender a los consumidores una caja de pils Jupiler, Stella o Maes a menos de 275 BEF sin perder. Danone reconoce sin embargo que Interbrew y Alken-Maes se concertaron a partir de octubre de 1994 con respecto a los sistemas de distribución y más concretamente del sector hostelero en Bélgica. Danone reconoce, además que se concluyó un pacto de no agresión en el sector hostelero en 1994 y que Interbrew y Alken-Maes mantuvieron contactos en 1994 con respecto a la restricción de las inversiones en el sector hostelero y en el campo de la publicidad exterior. Según Danone fue en esta época cuando comenzaron también las conversaciones relativas a la estructura de precios aplicable al sector hostelero. No obstante, ninguna de estas conversaciones tuvo por objeto o por efecto fijar el nivel de los precios. En 1995, según Danone, las conversaciones se refirieron solamente a la nueva estructura de precios y no a los precios o al reparto del mercado. Las conversaciones sobre la estructura de precios finalizaron, según Danone, en julio de 1996, cuando Interbrew decidió unilateralmente introducir su nueva estructura de precios el 1 de enero los 1997. Los elementos de prueba que obran en poder de la Comisión correspondientes al período que comienza en julio de 1996 no indican, según Danone, que las prácticas controvertidas hayan continuado (véanse considerandos 91 a 105).

5.1.2. *Reuniones en el marco de la CBB*

(175) Según Danone, Interbrew determinaba las decisiones políticas que se tomaban en la CBB. Los temas que se examinaban en la CBB eran los principales temas de preocupación de Interbrew en la época: importaciones paralelas, nueva estructura de precios y descenso de las inversiones en la hostelería. Este último punto interesaba también a Alken-Maes. Danone observa también que ciertos colaboradores de Interbrew ocupaban en aquel entonces posiciones importantes en los grupos de trabajo de la CBB y que el entonces Presidente del Consejo de administración de Interbrew era también Presidente de la CBB.

5.1.3. *Reuniones relativas a las marcas propias*

(176) Danone destaca que dado que la FEDIS exigió a los cerveceros el pago de una indemnización de clasificación por caja para las cervezas de marca (considerando 84), las partes decidieron intercambiar sus datos sobre cantidades para poder así reaccionar ante esta exigencia. La FEDIS no exigía esta indemnización de clasificación para las cervezas vendidas con marca propia y mantenía que, habida cuenta del limitado volumen que representaba este tipo de productos, no existía ningún riesgo de que los distribuidores se aprovecharan injustamente del sistema. Dado que, en opinión de las partes, este volumen era superior a lo que afirmaba la FEDIS y que no existían estadísticas fidedignas en este ámbito, las partes decidieron intercambiar sus datos sobre volúmenes y precios. El intercambio de información sobre precios puede haber producido el efecto de frenar el descenso de los precios.

(177) Según Danone, no se trataba de un pacto formal de no agresión. Incluso si existiera un pacto implícito de no agresión, no produjo ningún efecto, según Danone.

([225]) Danone se remite, concretamente, a este respecto, a la nota del Director general para Bélgica de Interbrew de 12 de julio de 1995 (véase el considerando 78).

([226]) Danone devuelve, en particular, a este respecto, a las declaraciones de colaboradores de Interbrew (véase el considerando 113).

Además, no se abarcó todo el mercado de las marcas propias, dado que los productores extranjeros se negaron a colaborar.

(178) Danone hace hincapié, también en este caso, en el importante papel desempeñado por Interbrew en estos debates. En este sentido, Interbrew estaba dispuesto a pagar una indemnización de [...] BEF, lo que colocó a los otros cerveceros en una situación insoportable desde el punto de vista financiero.

5.1.4. *Sanciones*

(179) Por lo que se refiere a las sanciones que se pueden imponer, Danone alega que, en el momento de la infracción, formaba una entidad económica con Alken-Maes. Danone no niega haber participado en algunas reuniones relativas al mercado belga y haber sido informada, como sociedad matriz de Alken-Maes, de algunos hechos imputados a esta última. Esto implica, según Danone, que, vista la práctica decisoria de la Comisión y la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, la Comisión sólo puede imponer una multa, o a Alken-Maes, o a Alken-Maes y a Danone conjuntamente.

(180) A continuación, citando también la práctica decisoria de la Comisión y la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, Danone alega la existencia de las circunstancias atenuantes que figuran a continuación.

(181) En primer lugar, Alken-Maes, con el acuerdo de Danone, colaboró en la investigación, reconoció los hechos y puso fin directamente al intercambio de información con Interbrew.

(182) En segundo lugar, las conversaciones no tuvieron ningún efecto sobre las cuotas de mercado, los precios pagados por el consumidor y las modalidades de conclusión de los contratos de fábrica de cerveza con los nuevos establecimientos, y no se ha probado que se hablara de repartirse algunos clientes. Las conversaciones sobre la estructura de precios y la política de promoción sólo se llevaron a la práctica en una medida muy limitada. Además, las reuniones sobre las marcas propias no dieron ningún resultado. Según Danone, del resto de las estadísticas de venta y estudios de mercado relativos al período 1993-1998 se desprende que las conversaciones entre Interbrew y Alken-Maes no tuvieron ningún efecto sobre sus cuotas de mercado y sobre los precios.

(183) En tercer lugar, las conversaciones sólo tuvieron un impacto geográfico limitado, puesto que se referían únicamente a Bélgica. No se habló de excluir la competencia extranjera.

(184) En cuarto lugar, conviene tener en cuenta el control de los precios que estuvo en vigor en Bélgica hasta el 1 de mayo de 1993. Danone remite a este respecto a la Decisión de la Comisión de 9 de diciembre de 1998 (relativa a los transbordadores griegos).

(185) En quinto lugar, Danone recuerda que las prácticas en cuestión se desarrollaron en una situación de crisis. Esta situación estaba relacionada con el retroceso de la demanda, el exceso de capacidad y las presiones ejercidas por el comercio minorista. Durante todo el período cubierto por el pliego de cargos, Alken-Maes nunca obtuvo beneficios por lo que no sacó partido de las conversaciones con Interbrew.

(186) Finalmente, conviene, según Danone, tener en cuenta que Interbrew ocupaba una posición dominante en el mercado y que Alken-Maes intentó convencerla de que pusiera fin a sus prácticas abusivas. Alken-Maes dependía de Interbrew para la distribución de sus cervezas y, en esta situación de debilidad financiera y dependencia, recurrió a la concertación con Interbrew para evitar que ésta la destruyese.

5.2. **Interbrew**

(187) La respuesta de Interbrew al pliego de cargos se refiere principalmente a las posibles sanciones. Interbrew alega las circunstancias atenuantes que figuran a continuación.

(188) Interbrew declara que del expediente se desprende que no tenía, inicialmente, la intención de comprometerse en un acuerdo. Presionada por Danone, que amenazaba con eliminarla en Francia en caso de que no cooperara con Alken-Maes, Interbrew se vio sin embargo obligada aceptar esta cooperación. A este respecto, Interbrew indica que en la época tenía una participación del [...] en el mercado francés, que estaba dominado por Danone y Heineken, con cuotas de mercado del [...] y [...] respectivamente. Según Interbrew, la iniciativa partió en primer lugar de Danone, que se valió de la debilidad de Interbrew en el mercado francés. Además por aquel entonces se mantuvieron varias conversaciones entre Interbrew y Danone con respecto a una posible compra (parcial) de las actividades de Danone en el sector de la cerveza. Por lo tanto, Interbrew tendía a tratar bien a Alken-Maes para suscitar la buena voluntad de Danone.

(189) Según Interbrew, los acuerdos sólo tuvieron una incidencia limitada en el mercado belga, a pesar de que las conversaciones entre Danone, Alken-Maes e Interbrew se celebraron a un elevado nivel. Interbrew alega que los acuerdos sólo se aplicaron parcialmente, o ni se llegaron a aplicar, por las empresas en cuestión y que las

conversaciones mantenidas en el marco de la CBB dieron pocos frutos. Las reuniones dedicadas a las marcas propias se limitaron, según Interbrew, a un intercambio de información entre las partes interesadas y no supusieron la aplicación efectiva del resultado de las conversaciones.

(190) Interbrew no impugna la duración de las infracciones, es decir cinco años y un día para el acuerdo bilateral y nueve meses para el acuerdo sobre las marcas propias.

(191) Por otra parte, Interbrew ha hecho valer la Comunicación de la Comisión relativa a la no imposición de multas o a la reducción de su importe en los asuntos relacionados con acuerdos entre empresas ([227]) y desea poder beneficiarse de una reducción importante del importe de la multa según lo dispuesto en la sección C de la Comunicación, y en cualquier caso, de una reducción significativa según lo dispuesto en la sección D. Interbrew considera que puede beneficiarse de estas disposiciones debido a las circunstancias que figuran a continuación.

(192) En primer lugar, Interbrew alega que no impugna los hechos materiales que sirven de fundamento a los cargos de la Comisión.

(193) En segundo lugar, desde noviembre de 1999 (tras una solicitud formal de información de la Comisión) Interbrew cooperó estrechamente con ésta en el marco del presente procedimiento y fue, desde el principio, mucho más allá de la simple respuesta a la solicitud de información. Los hechos y documentos comunicados por Interbrew constituyen una parte sustancial del pliego de cargos. Asimismo, Interbrew inició una investigación interna en diciembre de 1999 y comunicó a la Comisión nuevos indicios de prácticas restrictivas. Además Interbrew mencionó la existencia del acuerdo sobre marcas propias, mientras que la Comisión no disponía de información a este respecto.

(194) En tercer lugar, Interbrew mantenía reservas, inicialmente, a la idea de comprometerse en cualquier relación con Alken-Maes en el mercado belga, pero se vio obligada cooperar con Danone y Alken-Maes, cuando Danone la amenazó con emprenderla con ella en el mercado francés.

(195) Por último, contrariamente a lo que se dice en el pliego de cargos, Interbrew puso fin a todas las infracciones del derecho de competencia y adoptó medidas para evitarlas en el futuro.

([227]) Véase la nota 23.

5.3. **Haacht**

(196) Haacht no impugna los hechos relativos al acuerdo sobre marcas propias. La empresa destaca sin embargo que sólo los dos primeros debates se refirieron exclusivamente al mercado belga. Durante la tercera reunión, los cerveceros belgas presentaron a los dos cerveceros neerlandeses presentes el sistema que habían implantado para las cervezas vendidas con marca propia y, durante la última reunión, sólo se intercambiaron información relativa al mercado neerlandés. Haacht reconoce no obstante que durante las cuatro reuniones, los participantes procedieron también a un intercambio de opiniones sobre los precios en Bélgica. Haacht comparte por otro lado la opinión de la Comisión según la cual el intercambio de información y las conversaciones que tuvieron lugar durante la reunión deben considerarse una forma de acuerdo sobre precios y de reparto de los clientes.

(197) Haacht observa sin embargo que, en el segmento de las marcas propias, las grandes superficies ejercen desde hace tiempo presiones a la baja sobre los precios y que los precios de la cerveza vendida con marca propia disminuyeron mucho entre 1990 y 2000, mientras que los de las cervezas de marca de Haacht aumentaron sensiblemente durante el mismo período. Haacht indica por otro lado que, en 1999, la actividad total en el sector de las marcas propias en Bélgica representaba, según las estimaciones, aproximadamente [...] hectolitros, de los cuales alrededor del [...] % era suministrado por Haacht. [...].

(198) Para fijar el importe de la multa, conviene, según Haacht, tener en cuenta las circunstancias atenuantes siguientes. En primer lugar, al menos por lo que se refiere a Haacht, los acuerdos no se llegaron a aplicar. En segundo lugar, los encuentros se organizaron, según Haacht, a iniciativa de Interbrew y Alken-Maes, mientras que Haacht no hizo más que sumarse a ellos. En tercer lugar, Haacht era la única fábrica de cerveza poco activa en el mercado internacional y por lo tanto estaba menos familiarizada con las sutilezas del derecho europeo de competencia. Además no formaba parte de un grupo internacional dotado de amplia experiencia del derecho europeo y de servicios especializados en este ámbito. Por último, Haacht destaca que colaboró efectivamente con la Comisión proporcionando espontáneamente toda la información pedida, de modo que no fue necesario proceder a verificaciones en sus locales.

(199) Por lo que se refiere al importe final de la multa, Haacht observa que el volumen de negocios que realiza en el segmento de las marcas propias representa como máximo un [...] % de su volumen de negocios total. Dado que los beneficios obtenidos no se utilizaron para financiar otras actividades, no existe, según Haacht, ninguna razón para calcular una posible multa con arreglo al volumen de negocios total.

(200) Haacht considera por otro lado que debe beneficiarse de una reducción significativa del importe de la multa según lo dispuesto en la sección D de la Comunicación de la Comisión relativa a la no imposición de multas o a la reducción de su importe en los asuntos relacionados con acuerdos entre empresas ([228]), dado que antes de haber recibido el pliego de cargos, en su carta del 5 de abril de 2000, había confirmado expresamente que las partes habían llegado a un acuerdo sobre los precios durante las reuniones y que, por añadidura, no impugnó los hechos materiales que sirven de fundamento a los cargos de la Comisión.

5.4. **Martens**

(201) En su respuesta al pliego de cargos, Martens comenta tanto los hechos y su valoración jurídica como las posibles sanciones.

5.4.1. *Los hechos y su valoración jurídica*

(202) Martens alega que su interés por la cerveza vendida con marca propia y el espíritu de concertación y confianza que reinaba en la CBB (incluso en lo relativo a las cervezas vendidas con marca propia) le llevaron a aceptar la invitación de Interbrew para asistir a las reuniones. Según Martens, no se ha demostrado que esperase algo más que informarse de la evolución del mercado y por lo tanto se debe considerar que no perseguía ningún objetivo contrario a la competencia.

(203) Según Martens, las reuniones no dieron lugar a acuerdos sobre precios ni sobre reparto del mercado. Martens se remite a este respecto a las declaraciones de los colaboradores de Alken-Maes, Haacht e Interbrew que obran en poder de la Comisión. Martens sostiene que la única prueba explícita de la existencia de un acuerdo sobre precios es la declaración de Interbrew de 28 de febrero de 2000. Sin embargo, Martens duda de la veracidad de esta declaración debido a la implicación de Interbrew en el cartel Interbrew/Alken-Maes y a la investigación realizada por la Comisión sobre una posible infracción del artículo 82 del Tratado por parte de Interbrew. Además, de esta declaración sólo cabe deducir que Interbrew era parte en tales acuerdos, pero no que Martens lo fuera también.

(204) Martens reconoce que debido a su interés en la parte meridional de los Países Bajos, era favorable a la idea de incluir cerveceros neerlandeses entre los participantes en las reuniones.

(205) Según Martens, de las declaraciones de los participantes en las reuniones se desprende que no se celebró ningún acuerdo en el sentido del artículo 81 del Tratado CE. Los comportamientos en cuestión tampoco están incluidos, según Martens, en el concepto de práctica concertada, dado que no se cumplen todas las condiciones que tal concepto supone, tal como fueron formuladas por el Tribunal de Justicia en la sentencia Hüls ([229]). No existe, según Martens, concertación entre las empresas, ni un comportamiento en el mercado resultante de esta concertación, ni una relación de causalidad entre estos dos elementos. Del mismo modo, no se puede considerar que las reuniones hayan tenido un objetivo contrario a la competencia.

(206) Martens considera que las reuniones no condujeron a una modificación del comportamiento en el mercado de las empresas en cuestión, dado que los precios siguieron acusando una tendencia a la baja incluso después de las reuniones entre los cuatro cerveceros, y que, incluso después de julio de 1998, Martens siguió participando en licitaciones de marcas propias para posibles clientes. Según Martens, el hecho de que Interbrew haya reconocido que dejó de licitar por un contrato de Aldi no prueba nada ya que no se sabe si Interbrew había participado anteriormente en una licitación de Aldi y es poco probable que Interbrew se hubiese interesado por Aldi hasta entonces, dada la relación duradera que existía entre Aldi y Martens.

(207) Martens hace valer por otro lado que, según la sentencia del Tribunal de Justicia en el asunto John Deere ([230]), el intercambio de información no es en sí mismo contrario al artículo 81 del Tratado.

(208) Refiriéndose a la decisión de la Comisión en el asunto Zinc Producer Group ([231]), Martens mantiene también que la Comisión, erróneamente, se olvidó de demostrar que existía un paralelismo de los comportamientos en cuanto a precios en el presente asunto.

(209) Según Martens, habida cuenta de su modesta cuota en el mercado en cuestión, no puede hablarse de influencia sensible sobre la competencia. Martens remite a este respecto a la Comunicación de la Comisión relativa a los acuerdos de menor importancia no contemplados en el apartado 1 del artículo 81 del Tratado ([232]). Dado que no existe acuerdo, Martens afirma que las cuotas de mercado de los participantes no pueden acumularse.

([228]) Véase la nota 23.

([229]) Sentencia del Tribunal de Justicia de 8 de julio de 1999, Hüls/Comisión, C-199/92, Rec. 1999, p. I-4287.

([230]) Sentencia del Tribunal de Justicia de 28 de mayo de 1998, John Deere Ltd/Comisión, C-7/95, Rec. 1998, p. I-3111.

([231]) Decisión 84/405/CEE de la Comisión (IV/30.350 — Zinc Producer Group) (DO L 220 de 17.8.1984, p. 27).

([232]) DO C 372 de 9.12.1997, p. 13.

5.4.2. *Sanciones*

(210) Martens pide a la Comisión que no le imponga multa dado que no existió dolo ni negligencia. Martens declara que no infringió las normas de competencia de forma deliberada dado que no sabía que las conversaciones podían desembocar en restricciones de competencia. Por otro lado, Martens alega que se trataba, por su parte, de un error excusable o, al menos, cometido de buena fe, puesto que las conversaciones litigiosas tuvieron lugar en el marco de reuniones en la CBB.

(211) Con carácter subsidiario, Martens considera, remitiéndose a la decisión de la Comisión en el asunto FENEX ([233]), que la multa que eventualmente se le podría imponer sólo puede ser simbólica, dado que su participación en las reuniones se caracterizó por la inexperiencia. Martens no quería infringir las normas de competencia y podía legítimamente suponer que las reuniones se inscribían en el marco de la concertación en la CBB.

(212) Con carácter aún más subsidiario, Martens considera que debe beneficiarse de una reducción del importe de la multa, debido a las circunstancias atenuantes siguientes: no hubo acuerdo efectivo sobre precios y las reuniones no tenían por objeto limitar la competencia. Además Martens carece de un poder económico suficiente para afectar sensiblemente a la competencia. Martens alega también que al ser un pequeño operador del mercado que no pertenece a una gran entidad económica, no dispone de los conocimientos jurídicos y económicos necesarios. Según Martens, conviene también tener en cuenta el peso específico y el efecto concreto sobre la competencia de su conducta perjudicial.

(213) Martens alega las circunstancias atenuantes siguientes. Declara que no desempeñó un papel activo, sino que participó en las reuniones dirigidas por Interbrew. Además la infracción no tuvo efectos de falseamiento de la competencia, o si los tuvo fueron poco importantes, y las reuniones no condujeron a una modificación de los comportamientos en el mercado. No se perjudicó a los consumidores, dado que, incluso después de las reuniones, los precios siguieron disminuyendo. Martens destaca no haberse beneficiado de las reuniones en modo alguno, lo que es importante para el cálculo de la multa, dado que, según el 21º Informe sobre la política de competencia, la Comisión puede partir de los beneficios financieros obtenidos a la hora de calcular la multa. Martens también invoca su cooperación en el procedimiento administrativo: no sólo respondió a la petición de información de la Comisión, sino que también proporcionó documentos complementarios después de haber recibido el pliego de cargos. Además cooperó en el procedimiento de forma tal que agilizó el desarrollo del mismo. Martens declara por otro lado que una multa podría poner en peligro su situación financiera. Por último, Martens alega que se trata de una infracción de corta duración y que se puso fin a la misma antes de que la Comisión iniciase su investigación.

(214) Martens considera que, en cualquier caso, puede beneficiarse de una reducción de la multa según lo dispuesto en la sección D de la Comunicación de la Comisión relativa a la no imposición de multas o a la reducción de su importe en los asuntos relacionados con acuerdos entre empresas ([234]), dado que cooperó en todo momento con la investigación de la Comisión y que puso fin a su participación en la infracción en el momento de la investigación. Además Martens no desempeñó un papel activo en el cartel.

6. VALORACIÓN JURÍDICA

6.1. Apartado 1 del artículo 81 del Tratado

(215) Según el apartado 1 del artículo 81 del Tratado, serán incompatibles con el mercado común y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado común y, en particular, los que consistan en fijar directa o indirectamente los precios de compra o de venta u otras condiciones de transacción, limitar o controlar la producción, el mercado, el desarrollo técnico o las inversiones, o repartirse los mercados o las fuentes de abastecimiento.

6.2. Acuerdos y prácticas concertadas

(216) La prohibición decretada en el apartado 1 del artículo 81 del Tratado se aplica a los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas.

([233]) Decisión de 5 de junio de 1996 (IV/34.983 — FENEX) (DO L 181 de 20.7.1997, p. 28).

([234]) Véase la nota 23.

(217) Según jurisprudencia reiterada, para que exista acuerdo, en el sentido del apartado 1 del artículo 81 del Tratado, basta con que las empresas de que se trate hayan expresado su voluntad común de comportarse en el mercado de una manera determinada ([235]).

(218) No es necesario que tal acuerdo esté plasmado por escrito; no es necesaria ninguna formalidad; ni se requieren sanciones contractuales ni procedimientos de ejecución. La existencia del acuerdo puede ser manifiesta o deducirse implícitamente del comportamiento de las partes.

(219) Si el artículo 81 distingue el concepto de «práctica concertada» del de «acuerdos entre empresas» y «decisiones de asociaciones de empresas», es con objeto de incluir en las prohibiciones de este artículo una forma de coordinación entre empresas que, sin haber llegado hasta la realización de un acuerdo propiamente dicho, substituye conscientemente los riesgos de la competencia por una cooperación práctica entre aquéllas ([236]).

(220) Los criterios de coordinación y cooperación, no exigen la elaboración de un verdadero «plan» y deben comprenderse a la luz de la concepción inherente a las disposiciones del Tratado relativas a la competencia según la cual todo agente económico debe determinar de manera autónoma la política que se propone seguir en el mercado común. Si bien es cierto que esta exigencia de autonomía no excluye el derecho de los agentes económicos a adaptarse inteligentemente al comportamiento comprobado o previsible de sus competidores, se opone sin embargo rigurosamente a cualquier contacto directo o indirecto entre tales operadores cuyo objeto o efecto consista en influir sobre el comportamiento en el mercado de un competidor actual o potencial, o en comunicar a tal competidor el comportamiento que se ha decidido aplicar, o se prevé hacerlo, en el mercado ([237]).

(221) Así, un comportamiento puede considerarse una «práctica concertada» cuando las partes no se ponen de acuerdo de antemano sobre un plan común que defina su acción en el mercado, pero adoptan o se suman a mecanismos colusorios que facilitan la coordinación de sus políticas comerciales ([238]).

(222) Aunque de los propios términos del apartado 1 del artículo 81 del Tratado se desprende que el concepto de práctica concertada implica, además de la concertación entre las empresas, un comportamiento en el mercado según esta concertación y una relación de causalidad entre estos dos elementos, puede presumirse, salvo prueba en contrario, que corresponde aportar a los operadores interesados, que las empresas que participan en la concertación y que permanecen activas en el mercado toman en consideración la información intercambiada con sus competidores, a fin de determinar su comportamiento en dicho mercado. Máxime cuando la concertación se produce regularmente a lo largo de un período dilatado. Una práctica concertada está incluida en el apartado 1 del artículo 81 del Tratado, aunque no produzca efectos contrarios a la competencia en el mercado ([239]).

(223) La Comisión no está obligada necesariamente, en particular en el caso de una infracción compleja de larga duración, a calificar la infracción exclusivamente de una u otra de estas formas de comportamiento ilícito. Los conceptos de acuerdo y práctica concertada son fluidos y pueden solaparse. A menudo incluso no sería realista efectuar tal distinción, ya que la infracción puede presentar simultáneamente las características de estos dos tipos de comportamiento prohibido mientras que, tomadas por separado, algunas de sus manifestaciones pueden asimilarse más a uno que a otro. Sería artificial, desde un punto de vista analítico, subdividir lo que manifiestamente es una empresa común duradera, caracterizada por una única e idéntica finalidad, apartado que existen varias infracciones distintas. Por lo tanto una concertación puede ser a la vez un acuerdo y una práctica concertada ([240]).

(224) En su sentencia PVC II, el Tribunal de Primera Instancia confirmó que ([241])«no puede exigirse a la Comisión que califique precisamente la infracción, para cada empresa y en cada momento determinado, de acuerdo o de práctica concertada, puesto que, en cualquier caso, ambas formas de infracción están previstas en el artículo [81] del Tratado» .

([235]) Véase, en particular, la sentencia del Tribunal de Primera Instancia de las Comunidades Europeas de 20 de abril de 1999, Limburgse Vinyl Maatschappij NV y otros/Comisión (PVC II), asuntos acumulados T-305/94, etc. apartado 715, Rec. 1999, p. II-391.

([236]) Sentencia del Tribunal de Justicia de 14 de julio de 1972, Imperial Chemical Industrias/Comisión, asunto 48/69, apartado 64, Rec. 1972, p. 619.

([237]) Sentencia del Tribunal de Justicia de 16 de diciembre de 1975, Suiker Unie y otros/Comisión, asuntos acumulados 40-48/73, etc. Rec. 1975, p. 1663.

([238]) Véase también la sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 17 de diciembre de 1991, Hercules/Comisión, T-7/89, apartado 255, Rec. 1991, p. II-1711.

([239]) Sentencia Hüls, apartados 161-163, véase la nota 229.

([240]) Sentencia en el asunto Hercules, apartado 264, véase la nota 238.

([241]) Sentencia Limburgse Vinyl Maatschappij NV, apartado 696, véase la nota 235.

(225) Tal como destacó el Tribunal de Justicia en la sentencia Anic ([242]), de los términos del apartado 1 del artículo 81 del Tratado se deduce que un acuerdo puede resultar no sólo de un acto aislado, sino también de una serie de actos o incluso de un comportamiento continuado.

(226) Así pues, un acuerdo complejo puede considerarse una única infracción que se mantiene durante toda la duración de su existencia. En algunas circunstancias, puede modificarse el acuerdo, o adaptarse o reforzarse sus mecanismos, para tener en cuenta nuevos hechos. La validez de la presente valoración no se ve afectada en modo alguno por la posibilidad de que uno o más elementos de una serie de actos o de un comportamiento continuo puedan, individual e intrínsecamente, constituir una infracción del apartado 1 del artículo 81 del Tratado.

(227) Aunque un acuerdo sea una empresa común, cada parte en el acuerdo puede desempeñar su propio papel particular. Una o varias de ellas pueden desempeñar un papel dominante. No se excluyen algunos conflictos y rivalidades internas, o incluso «marrullerías», pero ello no impide que la concertación constituya un acuerdo y/o una práctica concertada según lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 81 del Tratado, a partir del momento en que existe un objetivo único, común y continuo.

(228) Una empresa que haya participado en una infracción del apartado 1 del artículo 81, mediante comportamientos propios, calificables de acuerdo o de práctica concertada con un objeto contrario a la competencia en el sentido de dicha disposición y que pretendan contribuir a la realización de la infracción en su conjunto, es también responsable, durante todo el tiempo que haya durado su participación en dicha infracción, de los comportamientos de otras empresas en el marco de la misma infracción. Así ocurre, en efecto, cuando se demuestra que la empresa de que se trata conocía los comportamientos ilegales de otros participantes o cuando podía preverlos razonablemente y estaba dispuesta a aceptar el riesgo derivado de los mismos ([243]).

6.3. **Naturaleza de las infracciones en el presente asunto**

(229) El presente asunto se refiere a dos infracciones que conviene diferenciar claramente. En primer lugar, el conjunto de prácticas concertadas y/o acuerdos entre Interbrew y Alken-Maes/Danone, independientemente de que se hayan producido o no en el marco de la CBB (en lo sucesivo, «el acuerdo Interbrew/Alken-Maes») y, en segundo lugar, las prácticas concertadas entre Interbrew, Alken-Maes, Haacht y Martens relativas a la cerveza vendida con marca propia (en lo sucesivo, «el acuerdo sobre marcas propias»).

6.3.1. *Acuerdo Interbrew/Alken-Maes*

(230) El acuerdo Interbrew/Alken-Maes abarca un amplio abanico de acuerdos y pactos contrarios a la competencia.

(231) Se mantuvieron contactos bilaterales entre Interbrew y Alken-Maes al menos desde noviembre de 1992 (véase el considerando 43). Hacia esa misma época (octubre de 1992), las partes completaron también el intercambio de información, comunicándose mutuamente los volúmenes de venta de todos los segmentos del mercado (véanse los considerandos 116 y 125). La concertación sobre los precios de venta minorista se estableció como muy tarde a partir de enero de 1993 (véanse los considerandos 44 y 49). En marzo de 1993, Interbrew aún dudaba manifiestamente un poco en ampliar la cooperación (proyecto «Université de Lille»), debido, en particular, al riesgo de que se incoase un procedimiento en aplicación del derecho de competencia (véase el considerando 45). En el segundo semestre de 1993, Interbrew sigue discutiendo con un gran minorista sobre la subida de los precios aplicables al comercio minorista y quiere que Alken-Maes participe también (véanse los considerandos 49 y 50). En esta época ya no está en vigor el control de precios en el sector cervecero en Bélgica (véase el considerando 10).

(232) Fue claramente la presión de Danone la que indujo a Interbrew a modificar su posición con respecto a la ampliación de la cooperación en 1994. En una reunión celebrada en mayo de 1994, Danone ejerció presión sobre Interbrew enfocando las relaciones entre las dos empresas en el mercado belga desde el punto de vista de sus relaciones en el mercado francés. Contrariamente a la situación en el mercado belga, en el que Interbrew tiene una elevada cuota de mercado y Alken-Maes una cuota más modesta, Interbrew, con una cuota de mercado en torno al [...] % en 1994, es relativamente más débil en el mercado francés, en el que Danone y Heineken tienen respectivamente unas cuotas en torno al [...] % y al [...] %. El mensaje de Danone es que si en lo sucesivo Interbrew no ayuda a Alken-Maes en el mercado belga [se habla de una transferencia de 500 000 Hl, lo que representaba en la época un 4,7 % del consumo

([242]) Sentencia del Tribunal de Justicia, de 8 de julio de 1999, Comisión/Anic Partecipazioni SpA, C-49/92p, apartado 81, Rec. 1999, p. I-4125.

([243]) Sentencia Anic, apartado 83, véase la nota 242.

total de cerveza en Bélgica [244]], Danone puede (con Heineken) ponerle las cosas difíciles en el mercado francés (véanse los considerandos 53 y 54).

(233) El argumento de Danone según el cual no se habló de exigir a Interbrew la transferencia de 500 000 Hl amenazándola con eliminarla en Francia no puede admitirse por las razones siguientes. De las declaraciones individuales de los colaboradores de Interbrew (véase el considerando 54) y también de un documento de Heineken NV, se desprende que se planteó tal exigencia (véase el considerando 55). La Comisión no comparte la opinión de Danone según la cual el valor probatorio del documento de Heineken NV es dudoso ya que no lleva ni nombre ni fecha. En el marco de la solicitud formal de información de 14 de abril de 2000, la Comisión pidió en efecto un documento que se había descubierto en las verificaciones efectuadas en Heineken NV en marzo de 2000 en el cajón intermedio de la oficina de un miembro, citado nominalmente, del Consejo de administración de Heineken NV, documento al que la Comisión había asignado el código A5.2. La copia enviada por Heineken NV corresponde al documento pedido, dado que lleva el mismo código, acompañado de una descripción del lugar donde se encontró el documento [245]. Por lo tanto, el origen del documento está determinado. El hecho de que este documento contenga datos confidenciales a los que las partes del presente asunto no pueden tener acceso no es óbice para su valor probatorio.

(234) El cambio de actitud de Interbrew respecto a la ampliación de la cooperación con Alken-Maes observado después de mayo de 1994 (véase el considerando 56) tiende a probar que Interbrew se tomó en serio la amenaza de Danone. Las razones expuestas por Danone para explicar este cambio de actitud no son convincentes. Conviene recordar que hasta 1994 Interbrew y Alken-Maes se limitaron a acuerdos sobre los precios aplicables al comercio minorista y que Interbrew dudaba en ampliar el alcance de la cooperación con Alken-Maes, en parte porque pensaba que no era necesario ya que era el número uno del mercado (véanse los considerandos 45 y 50). La explicación de Danone según la cual Interbrew tenía interés en mantener su posición en el mercado belga, lo que le habría llevado, en reacción a la política de precios agresiva de Alken-Maes, a tomar la iniciativa de un pacto de no agresión, no permite llegar a una conclusión diferente. En efecto, del expediente se desprende que Interbrew manifestó claramente a Alken-Maes su intención de reaccionar a las medidas sobre precios aplicadas por este último. La misma Danone indicó que Alken-Maes había terminado por poner fin a su política de precios agresiva ya que ésta redundaba en perjuicio suyo dado que Interbrew ajustaba su política a la de Alken-Maes. El argumento de Danone según el cual participó en la reunión del 11 de mayo de 1994 con el único fin de presentar al nuevo Director general de su división cerveza no es admisible, dado que éste ya había conocido al CEO de Interbrew a principios de 1994 (véase el considerando 52).

(235) Un estudio pormenorizado del mercado francés de la cerveza no modificaría esta valoración. Conviene precisar que la declaración del antiguo Director general de la división cerveza de Danone [246], según la cual Danone sólo controlaba un 16 % del mercado en Francia, es inexacta. En efecto, de un documento de Danone de 1995 se desprende que la cuota de mercado de Kronenbourg en Francia en 1994 ascendía al [...] % ([...] % en el mercado del comercio minorista y [...] % en el mercado hostelero) [247]. Además no sólo ha quedado sobradamente demostrado que Danone exigió de Interbrew una transferencia de hectolitros en favor de Alken-Maes amenazándola con eliminarla en Francia, sino que todo indica que Interbrew se tomó esta amenaza en serio: aunque no se dio curso a la exigencia de transferencia de 500 000 Hl a Alken-Maes, Interbrew se mostró dispuesta, a partir de este momento, a ampliar el alcance de los acuerdos con Alken-Maes y a no limitarse ya a un intercambio de información y a acuerdos sobre los precios aplicables al comercio minorista. Por lo tanto, un estudio relativo al mercado francés no habría permitido descartar la conclusión de que Danone presionó con éxito a Interbrew. En efecto, incluso si resultara, a la luz de tal estudio, que Danone no había podido ejecutar sus amenazas, ello no altera de ningún modo la conclusión, basada en los documentos de los que la Comisión dispone en el presente asunto, de que Danone ejerció con éxito presiones sobre Interbrew.

(236) La transferencia de volumen no se produjo finalmente (véanse los considerandos 57 y 58), pero las partes concluyeron una tregua en julio de 1994 (véase el considerando 56), que finalmente desembocó, el 9 de noviembre de 1994, en un amplio acuerdo de caballeros cuyo nombre en clave era «Université de Lille», ya utilizado antes por Interbrew. A partir de este momento, los contactos entre Interbrew y Danone/Alken-Maes ya no se limitan a los precios aplicables en el comercio minorista y al descenso de las inversiones comerciales en el sector hostelero, sino que su alcance se amplía

[244] Véase el anexo I a la presente decisión.
[245] Solicitud de información de 14 de abril de 2000 (doc. 37614 9723) y respuesta de Heineken de 11 de mayo de 2000 (doc. 37614 9947).
[246] Anexo a la respuesta de Danone al pliego de cargos.
[247] Anexo L-7b a la carta de Interbrew de 28 de febrero de 2000 (doc. 37614 8996-9025).

considerablemente. El acuerdo celebrado en noviembre de 1994 incluye los siguientes aspectos: un pacto general de no agresión, acuerdos sobre precios y promociones en el comercio minorista, reparto de la clientela en el mercado hostelero [limitado al principio a la hostelería «clásica» ([248])] manteniendo el statu quo, acuerdos sobre inversiones y publicidad en el mercado hostelero y acuerdos relativos a un nuevo sistema de precios aplicable a los clientes del sector hostelero y del comercio minorista (véanse los considerandos 58 a 68).

(237) En la reunión del 9 de noviembre de 1994 entre Interbrew y Alken-Maes, no sólo se confirmó globalmente el acuerdo de caballeros «Université de Lille», sino que también se habló de un acuerdo sobre los precios aplicables al comercio minorista (véase el considerando 66). Danone niega que se haya celebrado un acuerdo sobre los precios aplicables al comercio minorista durante esta reunión (véase el considerando 174). Las notas manuscritas «J=SA=A-M=275,-» (véase la nota 80) se refieren, según Danone, a la comprobación hecha por Alken-Maes e Interbrew de que los distribuidores ya no podían vender al consumidor una caja de pils (Jupiler, Stella y Maes) por menos de 275 BEF sin perder. Sin embargo, esta explicación de Danone no resulta convincente. Nada, en el contexto, indica que los cerveceros hayan examinado la rentabilidad de los precios practicados por los distribuidores. Al contrario, las notas manuscritas figuran después de la frase: «pendiente de fijar los precios en el comercio minorista» ([249]). Además el debate del 9 de noviembre de 1994 constituye la continuación de un encuentro de octubre de 1994 en el que ya se había hablado de fijar los precios en el comercio minorista (véanse los considerandos 60 a 65).

(238) El acuerdo de caballeros de noviembre de 1994 coincide en líneas generales con la entrega de un informe sobre el mercado belga de la cerveza elaborado por cuenta de la CBB por la empresa consultora Arthur D. Little, el 22 de noviembre de 1994 (véase el considerando 135). Interbrew y Alken-Maes convienen que la parte del acuerdo que se refiere a las inversiones y a la publicidad en el mercado hostelero puede aplicarse en el marco de la CBB (considerandos 59 y 66). El grupo de trabajo «Visión 2000» realiza esta tarea, y, en particular, los subgrupos siguientes, que se crean en enero de 1995: inversiones en artículos publicitarios, gestión de precios franco/retirada (las actividades de este subgrupo se suspenden poco tiempo después su creación), inversiones en puntos de venta, así como el subgrupo publicidad exterior (constituido más tarde).

(239) En los años siguientes (hasta enero de 1998), el acuerdo de caballeros sigue aplicándose. Se celebran concertaciones periódicamente entre Interbrew y Alken-Maes, y de vez en cuando también con Danone, para hacer balance de la situación. En 1995, el alcance del acuerdo de reparto de la clientela en el mercado hostelería se amplía a los «clientes nacionales» (véase el considerando 73). Al mismo tiempo, se mantienen conversaciones bajo la presidencia de representantes de Interbrew y Alken-Maes en el marco de subgrupos que dependen del grupo de trabajo «Visión 2000» de la CBB que se refiere a los medios de reducir las inversiones de las fábricas de cerveza en el mercado hostelero (véanse los considerandos 133 a 154).

(240) Desde mediados de 1995 a finales de 1996, se celebran contactos constantes, en particular, con respecto a un nuevo sistema de estructura de precios. Las conversaciones se centran en la estructura de precios así como en las modalidades y la fecha de introducción de este nuevo sistema (considerandos 74 a 91).

(241) Finalmente, las conversaciones celebradas en el marco de la CBB no tienen éxito, salvo las referentes a las inversiones en material publicitario para el sector hostelero (como vasos y posavasos; ver también el considerando 137), y se interrumpen a mediados de mayo de 1997 (véanse los considerandos 154 y 155).

(242) En enero de 1998 se hace balance de la cooperación entre Interbrew y Alken-Maes desde el acuerdo «Université de Lille» de noviembre de 1994 (véanse los considerandos 103 y 104). Entre «las realizaciones» figuran, en particular, la adaptación del sistema de «bonos de crédito publicitarios» (PKB) (resultado de las conversaciones en la CBB relativas al material publicitario en el mercado hostelero, ver también los considerandos 147 y 241), la estructura de precios (para el sector hostelero y el comercio minorista), el respeto de las obligaciones recíprocas (hostelería) y el pacto de no agresión. Los objetivos no realizados son la regulación de las inversiones (hostelería), la participación de otros protagonistas y la publicidad exterior (hostelería, ver también el considerando anterior). Las Partes indican también su intención de concertarse tres veces al año a partir de enero de 1998 con respecto al sector hostelero. No se dispone de ningún elemento que pruebe que lo hicieran efectivamente (véanse los considerandos 104 y 105).

([248]) Es decir, la hostelería con exclusión de los «clientes nacionales», como las empresas de restauración colectiva.

([249]) «Pricing in the alimentación to be established».

(243) Así pues, mientras duró del acuerdo, se produjo una concertación regularmente y se celebraron algunos acuerdos con respecto a los aspectos siguientes:

a) pacto general de no agresión:

en julio de 1994 Interbrew y Danone concluyeron un pacto general de no agresión relativo al mercado belga (véanse los considerandos 56, 104 y 112);

b) precios y las acciones de promoción en el comercio minorista:

Interbrew y Alken-Maes concluyen un acuerdo sobre aumentos de precios y acciones de promoción en el comercio minorista a partir de 1993; los acuerdos sobre precios y las acciones de promoción en el comercio minorista forman también parte del acuerdo de caballeros concluido en 1994 (véanse los considerandos 44, 46, 47, 50, 60, 64 a 66, 107, 109 a 112);

c) reparto de la clientela en el mercado hostelero, incluyendo tanto la hostelería «clásica» como los «clientes nacionales»:

en 1994, se concluye un pacto de no agresión y el acuerdo relativo al respeto de las obligaciones recíprocas se recoge también en el acuerdo «Université de Lille». Este acuerdo se denomina también «Proyecto Green» a partir de 1994. Inicialmente, el alcance del acuerdo se limita a la hostelería «clásica», pero en 1995, se amplía a los «clientes nacionales» (véanse los considerandos 56, 60, 68, 73 y 111);

d) limitación de las inversiones y de la publicidad en el mercado hostelero:

aunque Interbrew y Alken-Maes sólo hayan celebrado un acuerdo sobre el descenso de las inversiones y la publicidad en el mercado hostelero a partir de 1994 (en el marco del acuerdo «Université de Lille»), Interbrew y Danone habían abordado este tema a partir de 1993. En 1994, Interbrew y Alken-Maes acuerdan profundizar en este tema en el marco de la CBB, lo que efectivamente se produjo al menos hasta mayo de 1997 (véanse los considerandos 46, 47, 59, 65, 73, 107, 111, 112 y 133 a 154);

e) nueva estructura de precios para la hostelería y el comercio minorista:

el tema de la nueva estructura de precios también se aborda ya entre Interbrew y Danone en 1993 y se integra en el acuerdo «Université de Lille» a partir de 1994. De mayo de 1995 a noviembre de 1997 se aplica el acuerdo relativo a la estructura de precios y tienen lugar contactos intensos a este respecto, en particular, en 1996, entre Interbrew y Alken-Maes (véanse los considerandos 45, 47, 65, 76, 78, 84 a 91 y 100);

f) intercambio de información sobre ventas en los sectores hostelero y del comercio minorista:

por lo menos de finales de 1991 hasta noviembre de 1999, Interbrew y Alken-Maes intercambiaron datos mensuales sobre las ventas. A partir de 1992, el intercambio se refiere a los datos sobre volúmenes (y ya no a los porcentajes de evolución de las ventas) por tipo de cerveza, por canal de distribución y por tipo de embalaje (véase el punto 4.4).

(244) Todos estos acuerdos y concertaciones están relacionados entre sí. Al principio, en 1993, Interbrew y Alken-Maes celebraron acuerdos sobre los aumentos de precios y las acciones de promoción en el comercio minorista. En esta época, Interbrew y Danone también examinaron una posible ampliación de la «cooperación» en Bélgica, el descenso de las inversiones comerciales e inversiones en el sector hostelero y la nueva estructura de precios (véanse los considerandos 45 a 47). El acuerdo «Université de Lille» concluido en 1994 y celebrado tras las presiones ejercidas por Danone, no solamente cubre estos distintos aspectos, sino que también incluye un acuerdo relativo al reparto de la clientela en el mercado hostelero. El sistema de intercambio de información entre Interbrew y Alken-Maes y la buena información comercial («market intelligence») que permitía obtener eran útiles para la aplicación de estos acuerdos (véanse los considerandos 122 y 124).

(245) Tanto los acuerdos previamente mencionados como las reuniones se celebraron al más elevado nivel del organigrama de las empresas en cuestión. Por parte de Interbrew, intervenían principalmente el CEO, el COO Europe/Asia Pacific/Africa, el Director general para Bélgica, el Director de alimentación y el Director comercial de hostelería. Por parte de Alken-Maes, se trataba, en particular, del Director general, del Jefe de alimentación y del Jefe de hostelería, y, por parte de Danone, el Presidente del Consejo de administración y el Director general de la división cerveza.

(246) La existencia de acuerdos contrarios a la competencia entre Interbrew y Alken-Maes fue admitida por (los representantes de) Interbrew y Alken-Maes después de la apertura de la investigación de la Comisión (véanse los considerandos 106 a 112 y 125).

(247) No obstante, para justificar los acuerdos de precios de 1993 y el intercambio de información, Danone invoca el control de precios vigente en Bélgica hasta el 1 de mayo de 1993 (véanse los considerandos 171 y 172). Sin embargo, los argumentos de Danone no son admisibles por las razones siguientes. No hay que olvidar que el control de precios sólo se aplicó a los cerveceros hasta el 1 de mayo de 1993. Además, el dispositivo legal

permitía a las empresas presentar las declaraciones de subida de precios individual o colectivamente. Así pues, los cerveceros podían presentar declaraciones individuales. Si se optaba por el sistema de declaración colectiva, ésta debía presentarse por medio de la organización profesional. Por lo tanto, es evidente que el objetivo del legislador no era que las empresas individuales presentasen conjuntamente, sin pasar por una organización profesional, una declaración de subida de precios y, por consiguiente, que la discutiesen. La Comisión observa que los miembros de la CBB podían determinar libremente en qué medida y cuándo aplicarían la subida de precios autorizada. Aunque la Comisión admitiese (lo que no es el caso) que el control de precios favoreció la concertación sobre precios entre cerveceros, es importante tener en cuenta que la CBB presentó por última vez una declaración colectiva de subida de precios el 23 de diciembre de 1992. La reunión del 28 de enero de 1993 (véase el considerando 44) es posterior a dicha fecha y por lo tanto no puede haber sido una reunión entre cerveceros en el marco la CBB relativa a una declaración colectiva de subida de los precios. Esto se deduce también de la respuesta de Danone al pliego de cargos, en la cual Danone habla siempre de la reunión con los comerciantes de cervezas. Conviene también tener en cuenta que el Ministro competente aprobó la declaración de subida el 6 de febrero de 1993 con la condición explícita de que no se produjera una nueva adaptación de precios en 1993 (véase el considerando 10). Así pues, el control de precios nunca puede justificar las restricciones de competencia relativas a los precios ([250]).

(248) El control de precios tampoco justifica el intercambio de información. La Comisión reconoce que había que presentar datos detallados en apoyo de las declaraciones de subida de precios. No obstante, los cerveceros debían comunicar estos datos a la CBB, que presentaba la declaración colectiva, y no intercambiárselos. Además la información sólo se comunicaba a la CBB en el marco de una declaración de subida de precios y no mensualmente, como ocurría entre Interbrew y Alken-Maes. Por otro lado, Danone reconoció que este intercambio de información no tenía lugar en el marco del control de precios, sino que comenzó cuando, tras una huelga en Interbrew en 1989, Alken-Maes suministró cerveza de Interbrew a establecimientos de bebidas vinculados a Interbrew. La Comisión tiene también en cuenta a este respecto que el control de precios para el sector cervecero se suprimió a partir del 1 de mayo de 1993.

([250]) Véase también la Decisión 86/399/CEE de la Comisión de 10 de julio de 1986, asunto IV/31.371, Recubrimientos de asfalto (DO L 232 de 19.8.1986, p. 15).

(249) Para justificar los acuerdos de reparto del mercado, Danone alega que Interbrew abusaba de su posición dominante en perjuicio de Alken-Maes intentando convencer a los cafés vinculados por un contrato de exclusividad a Alken-Maes de que rompiesen este contrato, en particular, ofreciendo cerveza a precios inferiores al precio de coste. Alken-Maes intentó convencer a Interbrew de que pusiera fin a este abuso, lo que desembocó en el acuerdo por el cual las partes acordaron respetar mutuamente sus establecimientos de bebidas vinculados. La Comisión considera que esto no justifica los acuerdos de reparto del mercado. En efecto, el objetivo no es que las empresas concluyan entre sí pactos de no agresión, y cometan por lo tanto una infracción del artículo 81 del Tratado para poner fin a una infracción posible del artículo 82 del Tratado. El hecho de que, mientras tanto, la Comisión haya iniciado una investigación con respecto a una posible infracción del artículo 82 del Tratado por Interbrew no siempre significa que el comportamiento de Interbrew antes mencionado deba considerarse una infracción de la citada disposición.

6.3.2. *El acuerdo sobre marcas propias*

(250) Entre el período del otoño/invierno de 1997 y el verano de 1998, se celebraron cuatro encuentros referentes a la cerveza vendida con marca propia (véase el considerando 156).

(251) Durante estas reuniones, las conversaciones entre los correspondientes cerveceros belgas se refirieron al segmento del mercado de las cervezas vendidas con marca propia en Bélgica, y en particular a los clientes y los precios. Además este segmento del mercado fue objeto de un intercambio de información referente, en todo caso, a los clientes y los volúmenes (que corresponden a los clientes) y quizá también a los precios (véanse los considerandos 157, 159 y 160). Las conversaciones y el intercambio de información tenían por objetivo repartirse la clientela en Bélgica y acordar un nivel de precios o, según el caso, concertarse (véanse los considerandos 157 y 159 a 161).

(252) Martens niega que éste fuera el objeto de las reuniones (véase el considerando 203). Sin embargo de las declaraciones de colaboradores (o antiguos colaboradores) de Interbrew se deduce que en las reuniones relativas a las marcas propias (en las que Martens siempre participó) se debatió el reparto de la clientela y el nivel de precios. La respuesta de Haacht a una solicitud de información de la Comisión confirma que dicho nivel se examinó en las cuatro reuniones. El argumento de que esta conclusión se basa en una interpretación errónea de estas declaraciones también queda invalidado por las respuestas escritas de Haacht e Interbrew al pliego de cargos,

en las que reconocen que en las reuniones se habló de precios y del reparto de la clientela. Conviene también tener en cuenta a este respecto que en su respuesta al pliego de cargos, que también se presentó en nombre de Alken-Maes, Danone no negó que en las reuniones se hubiera hablado de precios y del reparto de la clientela.

(253) La Comisión reconoce que la prueba de la concertación entre los cuatro cerveceros se basa solamente en las declaraciones de las empresas en cuestión, pero no comparte la opinión de Martens de que ello no basta para concluir que hay infracción del artículo 81 del Tratado. Martens no explica la verosimilitud de su argumento según el cual las declaraciones de Interbrew no serían de fiar debido a la implicación de esta empresa en otros procedimientos iniciados por la Comisión en aplicación del derecho de la competencia (véase el considerando 203). En efecto, la respuesta de Haacht confirma la opinión de la Comisión y ésta no ha sido impugnada ni por Danone ni por Alken-Maes. Además, conviene destacar que cada infracción y sus consecuencias para la empresa o empresas afectadas se examina con arreglo a sus propias características.

(254) Aunque, con arreglo a los elementos de prueba disponibles no se pueda establecer con certeza que existe acuerdo entre los cuatro cerveceros, en cualquier caso sí está probado que existe práctica concertada. En efecto, las reuniones estaban destinadas a influir sobre el comportamiento de los competidores en el mercado y a indicarles el comportamiento que debían seguir (véanse los considerandos 157 y 159 a 161). Las reuniones no sólo fueron ocasión para intercambiar información, sino también para discutir sobre precios y clientes. Resulta de las declaraciones de Interbrew y Haacht que las reuniones tenían por objeto, por una parte, evitar una guerra de precios y adoptar una posición sobre los mismos y, por otra parte, repartirse los clientes absteniéndose de presentar ofertas (reales) a los clientes de los otros cerveceros. Dados estos objetivos manifiestamente contrarios a la competencia, no es necesario demostrar que ésta se vio efectivamente afectada.

(255) Una vez demostrado que Martens participó en reuniones de carácter manifiestamente contrario a la competencia, cabe suponer que al participar en las mismas, aquélla perseguía un objetivo contrario a la competencia, a menos que dicha empresa demuestre que había manifestado claramente a sus competidores que participaba en estas reuniones con una perspectiva distinta a la de aquéllos ([251]). Ahora bien, Martens no ha conseguido demostrar que esto fuera así. Además, Martens no puso fin a su participación en el acuerdo sobre marcas propias después de la primera reunión, sino que también participó en las reuniones siguientes, y hasta quiso, debido a sus actividades en el mercado neerlandés, invitar también a las reuniones a los cerveceros neerlandeses.

(256) Martens niega haber modificado su comportamiento en el mercado tras las reuniones (véase el considerando 206). Según el Tribunal de Justicia, procede suponer, salvo prueba en contra que deben presentar los operadores interesados, que unas empresas que participan en una concertación y siguen activas en el mercado tienen en cuenta la información intercambiada con sus competidores para determinar su comportamiento en el mercado ([252]). Ahora bien, la prueba aportada por Martens demuestra a lo sumo que ésta no aplicó los resultados de las reuniones, es decir el intercambio de información y las conversaciones relativas a los clientes, cuyo objeto era no desencadenar una guerra de precios en el mercado de las marcas propias y repartirse la clientela ([253]).

(257) Martens alega vanamente la Comunicación de la Comisión relativa a los acuerdos de menor importancia a los que no se aplican las disposiciones del apartado 1 del artículo 81 del Tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea ([254]) (véase el considerando 209). Esta Comunicación, según su apartado 6, también es aplicable a las prácticas concertadas. Por consiguiente, incluso en el caso de una práctica concertada, conviene, para determinar la aplicabilidad de la comunicación, tomar como base las cuotas de mercado de las empresas afectadas en su conjunto.

(258) Martens también invoca en vano la sentencia del Tribunal de Justicia en el asunto John Deere (véase el considerando 207). En el presente asunto, no se trata, contrariamente a lo que ocurre en el citado asunto, de un simple intercambio de información. En efecto, los cerveceros hablaron también del nivel de precios y del reparto del mercado.

([251]) Sentencia Hüls, apartado 155, véase la nota 229.
([252]) Sentencia Hüls, apartado 162, véase la nota 229.
([253]) Sentencia Anic, apartado 127, véase la nota 242.
([254]) Véase la nota 232.

(259) El argumento de Martens según el cual la Comisión debería demostrar que hay paralelismo de los comportamientos referentes a los precios (véase el considerando 208), es fruto de una interpretación errónea de la decisión citada por aquélla. En el asunto Zinc Producer Group, la Comisión consideró que, a falta de pruebas que atestigüen la existencia de contactos directos entre las empresas en cuestión, el paralelismo de los comportamientos referentes a los precios constituía, en ciertas circunstancias, una prueba insuficiente de la existencia de una práctica concertada. Por lo tanto, no cabe deducir de esta decisión que la existencia de pruebas relativas a reuniones no basta por sí misma para concluir que existe infracción del artículo 81 del Tratado.

(260) El hecho de que, como ha destacado Danone (véase el considerando 176), las reuniones relativas a las marcas propias se organizaran como reacción a la solicitud de la FEDIS, que deseaba implantar una indemnización de clasificación, no justifica las conversaciones relativas a los precios y a los clientes ni el intercambio de datos. En efecto, para reaccionar a la solicitud de la FEDIS, habría bastado que los cerveceros fabricantes de cervezas vendidas con marca propia comunicasen los datos individuales en términos de volumen a una tercera parte neutra, por ejemplo la CBB, que los habría agregado.

6.4. **Restricción de la competencia**

(261) El apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE menciona expresamente que constituyen restricciones de competencia los acuerdos, decisiones y prácticas concertadas que (entre otras cosas):

— fijan directa o indirectamente los precios de compra o de venta u otras condiciones de transacción,

— se reparten los mercados o las fuentes de abastecimiento.

(262) Tales son los objetivos esenciales de los acuerdos horizontales en el acuerdo Interbrew/Alken-Maes. Puesto que el precio es el principal instrumento de competencia, todos los distintos acuerdos y mecanismos secretos adoptados por los productores tenían como objetivo último incrementar los precios en beneficio de dichos productores y aumentarlos a un nivel superior al que alcanzarían en condiciones de libre competencia. El acuerdo por el que se establece que las partes respetarán recíprocamente sus obligaciones y sus «clientes nacionales» (véanse los considerandos 60, 68, 73 y 111) debe considerarse un acuerdo de reparto de la clientela en el mercado hostelero y en consecuencia de reparto de los mercados, acuerdo considerado restrictivo de la competencia expresamente en el apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE.

(263) El reparto de los mercados y los acuerdos sobre precios son los objetivos esenciales del acuerdo sobre marcas propias. Dado que el precio es el principal instrumento de competencia, todas las distintas prácticas colusorias adoptadas por los productores tenían por objetivo último incrementar los precios en beneficio de dichos productores y aumentarlos a un nivel superior al que alcanzarían en condiciones de libre competencia.

(264) El reparto directo de los mercados y la fijación de precios pueden limitar la competencia según lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 81 del Tratado.

(265) Los principales elementos de los (grupos de) acuerdos, concertaciones y prácticas que pueden calificarse de restrictivos de la competencia son los siguientes:

Acuerdo Interbrew/Alken-Maes

La participación regular en reuniones y la organización de otros tipos de contactos por los dirigentes de las empresas interesadas con el fin de adherirse a las restricciones que figuran a continuación, ejecutarlas y/o modificarlas:

a) un pacto general de no agresión;

b) el acuerdo/la concertación directa e indirecta sobre precios y acciones de promoción en el comercio minorista;

c) el reparto de la clientela en el mercado hostelero (tanto de la hostelería «clásica» como de los clientes nacionales);

d) la limitación de las inversiones y de la publicidad en el mercado hostelero;

e) la adopción de una nueva estructura de precios para la hostelería y el comercio minorista;

f) el intercambio de información sobre ventas en hostelería y en el comercio minorista.

Acuerdo sobre marcas propias

a) la concertación sobre el reparto de la clientela y los precios;

b) el intercambio de información sobre los clientes.

(266) Dado el objetivo manifiestamente contrario a la competencia de los acuerdos y prácticas previamente mencionados, no es necesario examinar en qué medida han contribuido a la realización del objetivo perseguido para decidir que se infringió el apartado 1 del artículo 81 del Tratado ([255]). Conviene, a este respecto, tener en cuenta que las restricciones de la competencia previamente mencionadas sólo son elementos constitutivos, por una parte, del acuerdo Interbrew/Alken-Maes y, por otra parte, del acuerdo sobre marcas propias y que el acuerdo Interbrew/Alken-Maes y el acuerdo sobre marcas propias deben, cada uno por separado, considerarse una única infracción.

6.5. **Efectos sobre el comercio entre Estados miembros**

(267) Es jurisprudencia reiterada del Tribunal que para que un acuerdo entre empresas pueda afectar al comercio entre Estados miembros debe ser posible, sobre la base de un conjunto de elementos objetivos de hecho o de Derecho, pronosticar con un grado de probabilidad suficiente que puede ejercer una influencia directa o indirecta, real o potencial, en las corrientes de intercambios entre los Estados miembros ([256]).

(268) La aplicación del apartado 1 del artículo 81 del Tratado a un acuerdo no se limita a la parte de las ventas de los participantes en el acuerdo que implica efectivamente una transferencia de mercancías de un país a otro. Tampoco es necesario, para que estas disposiciones sean aplicables, demostrar que el comportamiento individual de cada participante, en comparación con el del cartel en su conjunto, afectó al comercio entre Estados miembros ([257]).

(269) De los considerandos 19 y 21 se desprende que, aunque se tomen como referencia las cifras proporcionadas por Interbrew, en Bélgica se importan y exportan cantidades considerables de cerveza. Estos intercambios se efectúan, esencialmente, con otros Estados miembros.

(270) Las diferencias de precio entre Bélgica y los otros Estados miembros pueden causar, y de hecho causan, flujos comerciales paralelos (véanse los considerandos 19 y 20).

(271) El acuerdo Interbrew/Alken-Maes tiene por último objetivo fijar los precios a un nivel superior al que alcanzarían en una situación competitiva normal. Es una razón suficiente para considerar que este acuerdo complejo tuvo, directa o indirectamente, un efecto real o potencial sobre el comercio entre los Estados miembros. Este acuerdo suscita además las observaciones siguientes. En primer lugar, el acuerdo debe también contemplarse en el contexto de las relaciones en el mercado francés (véanse los considerandos 51 a 55). La sociedad francesa matriz de Alken-Maes desempeñó un papel activo en el acuerdo.

(272) En segundo lugar, la aplicación parcial del acuerdo en el marco de la CBB debe también considerarse a la luz del estudio «Posibilidades 2000» realizado por Arthur D. Little por cuenta de la CBB. Este estudio se inscribe, en particular, en el contexto de la apertura de las fronteras europeas y de sus consecuencias para el mercado belga. Uno de los objetivos del estudio es mostrar la evolución del comercio de cerveza y del sector hostelero en Bélgica para permitir a los cerveceros elaborar su estrategia comercial (véase el considerando 129).

(273) Por las razones antes indicadas, las restricciones de la competencia vinculadas al acuerdo Interbrew/Alken-Maes pueden hacer que los flujos comerciales en el sector cervecero se desvíen de la orientación que de lo contrario hubieran seguido. Cabe pues considerar que estas restricciones de competencia pueden afectar al comercio entre los Estados miembros ([258]).

(274) El acuerdo sobre marcas propias tiene por objeto fijar los precios a un nivel superior al que alcanzarían en una situación competitiva normal. Es una razón suficiente para considerar que este acuerdo tuvo, directa o indirectamente, un efecto real o potencial sobre el comercio entre los Estados miembros. Además las partes del acuerdo establecieron una relación con mercados vecinos (Países Bajos, Luxemburgo y Alemania). También estuvieron presentes en dos de las reuniones algunos productores neerlandeses de cervezas vendidas con marcas propias (véanse los considerandos 156, 157 y 159).

(275) Por las razones antes indicadas, las restricciones de competencia vinculadas al acuerdo Interbrew/Alken-Maes pueden hacer que los flujos comerciales en el sector cervecero se desvíen de la orientación que de lo contrario hubieran seguido. Cabe pues considerar que estas restricciones de competencia pueden afectar al comercio entre los Estados miembros ([259]).

([255]) Véase Tribunal de Justicia, sentencia de 30 de enero de 1985, BNIC/Guy Clair, 123/83, Rec. 1985, p. 391 y Tribunal de Primera Instancia, sentencia de 10 de marzo de 1992, Societá Italiana Vetro SpA e/Comisión, asuntos acumulados T-68/89, T-77/89 y T-78/89, Rec. 1992, p. II-1403.

([256]) Sentencia del Tribunal de Justicia de 11 de julio de 1985, Remia y otros/Comisión, asunto T-42/84, apartado 22, Rec. 1985, p. 2545.

([257]) Sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 10 de marzo de 1992, Imperial Chemical Industries/Comisión, asunto T-13/89, apartado 304, Rec. 1992, p. II-1021.

([258]) Sentencia del Tribunal de Justicia de 29 de octubre de 1980, Van Landewyck/Comisión, asuntos acumulados 209 a 215 y 218/78, apartados 171 a 173, Rec. 1980, p. 3125.

([259]) Sentencia Van Landewyck, apartados 171 a 173, véase la nota 258.

6.6. **Apartado 3 del artículo 81 del Tratado**

(276) Los acuerdos y prácticas que son objeto de la presente decisión se adoptaron en secreto y no se notificaron a la Comisión. Por lo tanto no pueden quedar exentos de lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 81 del Tratado. En cualquier caso, unas prácticas semejantes a las adoptadas por las empresas en cuestión no cumplen, en principio, las condiciones previstas en el apartado 3 del artículo 81 del Tratado, dado el carácter claramente contrario a la competencia (de la combinación) de los distintos elementos constitutivos del acuerdo. Concretamente, la Comisión no tiene conocimiento de elementos que permitan concluir que se cumplen las cuatro condiciones para conceder una exención individual.

7. **DESTINATARIOS DE LA PRESENTE DECISIÓN**

(277) Los destinatarios de la presente decisión son las empresas que están directamente implicadas en las infracciones.

(278) En el acuerdo Interbrew/Alken-Maes, estas empresas son Interbrew y Alken-Maes. Dado que Danone tenía el control de Alken-Maes mientras duró la infracción y que además estuvo implicada en la infracción, también es destinataria de la presente decisión.

(279) Aunque el acuerdo se haya desarrollado en parte en el marco de la CBB, no puede considerarse que ésta haya participado en el acuerdo. Interbrew y Alken-Maes sólo utilizaron la CBB como marco de encuentro para profundizar y aplicar los acuerdos bilaterales que constituían la concertación. Por consiguiente, la CBB no desempeñó un cometido propio en el acuerdo ([260]).

(280) En el acuerdo sobre marcas propias, los destinatarios son Interbrew y Alken-Maes, así como Haacht y Martens. Aunque Alken-Maes haya estado bajo el control del Danone en la época de los hechos, la Comisión no dispone de indicios que atestigüen que esta última también estuviera implicada efectivamente en el acuerdo sobre marcas propias. Por lo tanto Danone no figura entre los destinatarios en lo que respecta al acuerdo sobre marcas propias.

8. **DURACIÓN DE LA INFRACCIÓN**

8.1. **Acuerdo Interbrew/Alken-Maes**

(281) La Comisión dispone de elementos de prueba relativos al acuerdo Interbrew/Alken-Maes para el período que va al menos del 28 de enero de 1993 al 28 de enero de 1998 (véanse los considerandos 44 y 103). El 28 de enero de 1993 se da cuenta de una primera reunión que tiene un objetivo claramente contrario a la competencia. El 28 de enero de 1998 tuvo lugar la última reunión celebrada en el marco del acuerdo con respecto a la cual la Comisión dispone de documentos. Esta infracción ha durado pues cinco años y un día. Si bien es cierto que el intercambio de información comenzó antes y terminó después, el presente procedimiento, tal como fue iniciado formalmente con la adopción del pliego de cargos de la Comisión el 29 de septiembre de 2000, sólo se refiere a la duración de existencia del acuerdo tomado en su conjunto. Tampoco se ha probado que efectivamente haya tenido lugar la concertación prevista sobre el sector hostelero, mencionada en las notas del Director comercial para Bélgica (véase el considerando 104, en el punto 3).

(282) Danone considera que no es tal la duración de la infracción. Según Danone, las conversaciones entre Alken-Maes e Interbrew no comenzaron hasta el 12 de octubre de 1994 y finalizaron a partir de julio de 1996, cuando Interbrew decidió introducir su nueva estructura de precios a partir del 1 de enero de 1997. Este argumento no tiene en cuenta sin embargo ninguno de los elementos de prueba que obran en poder de la Comisión y que certifican la existencia de conversaciones anteriores entre Alken-Maes e Interbrew a partir del 28 de enero de 1993. Como se indica más arriba, las explicaciones de Danone para justificar estas conversaciones no son verosímiles (véanse los considerandos 247 y 248). El hecho de que durante el encuentro entre Alken-Maes e Interbrew del 28 de enero de 1998 solamente se evaluaran los acuerdos de 12 de octubre de 1994 no modifica nada. En efecto, en dicha fecha, Interbrew y Alken-Maes hablaron de los acuerdos que existían entre ellos. Si las circunstancias hicieron que este debate no tuviese consecuencias, esto no implica que no se tratara de un encuentro que se inscribía en el marco de los acuerdos y concertaciones existentes entre Interbrew y Alken-Maes.

(283) Contrariamente a lo que declara Danone, el acuerdo Interbew/Alken-Maes no finalizó en julio de 1996. Conviene señalar que Interbrew reconoció que la infracción duró hasta enero de 1998 (véase el considerando 111) y que uno de los colaboradores de Alken-Maes que participaba en aquella época en las conversaciones sobre precios declaró que la cooperación con Interbrew había finalizado en noviembre de 1997 (véase el considerando 100). Además, la Comisión dispone de elementos de prueba referentes a conversaciones que se celebraron en el marco de la cooperación entre Interbrew y Alken-Maes el 9 de diciembre de 1996 (por teléfono), el 17 de abril de 1997 y el 28 de enero de 1998 (véanse

([260]) Sentencia del Tribunal de Justicia de 27 de septiembre de 1988, Productores de pasta de madera/Comisión, asuntos acumulados 89/85, 104/85, 116/85, 117/85, 125-129/85, apartados 24 a 27, Rec. 1988, p. 5193.

los considerandos 91, 95, 96, 103 y 104). El hecho de que Alken-Maes, en aquel entonces, encargara a un asesor un estudio sobre el (proyecto de) sistema de precios de Alken-Maes e Interbrew no afecta a la conclusión en cuanto a la continuación de la infracción, dados los elementos de prueba previamente mencionados de los que dispone la Comisión.

(284) Contrariamente a lo que sostiene Danone, la discusión del 17 de abril de 1997 tuvo por objeto la coordinación de los comportamientos de Interbrew y Alken-Maes/Danone en el mercado. Dada la declaración de Interbrew relativa al contenido de esta discusión (véase el considerando 96), no es verosímil que su objeto fuera una posible compra de Kronenbourg/Alken-Maes por Interbrew, lo que por otra parte no ha sido probado por Danone.

(285) De las notas del representante de Interbrew en la reunión del 28 de enero de 1998 se deduce que en esta ocasión se habló de la relación entre Interbrew y Alken-Maes. Las partes no sólo hicieron balance de la cooperación, sino que también abordaron temas de actualidad y discutieron las modalidades de la concertación (véase el considerando 104). Danone no ha justificado la verosimilitud de su argumento según el cual la reunión del 28 de enero de 1998 era un encuentro entre un cervecero (Alken-Maes) y su distribuidor para la región de Bruselas (Interbrew). Tampoco cabe llegar a esta conclusión con arreglo a los elementos de prueba de los que dispone la Comisión. En cambio, de las declaraciones de los representantes tanto de Interbrew como de Alken-Maes se desprende que este debate no dio resultados y que a continuación se puso fin a los contactos (véase el considerando 105).

8.2. **Acuerdo sobre las marcas propias**

(286) De los elementos de prueba que obran en poder de la Comisión se desprende que las reuniones tuvieron lugar, en cualquier caso, entre el 9 de octubre de 1997 y el 7 de julio de 1998 (véase el considerando 156). Por lo tanto, esta infracción duró al menos alrededor de nueve meses. Las empresas en cuestión no impugnan esta duración.

9. **Sanciones**

9.1. **Artículo 3 del Reglamento nº 17**

(287) Si la Comisión comprueba una infracción a las disposiciones del apartado 1 del artículo 81, podrá obligar a las empresas interesadas a poner fin a la infracción, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 3 del Reglamento nº 17.

(288) Un colaborador de Interbrew, implicado en la época en el acuerdo Interbrew/Alken-Maes, declaró que después del encuentro del 28 de enero de 1998, «ya no ocurrió nada más» (véase el considerando 105). La Comisión tampoco dispone de elementos que demuestren que alguna de las partes hubiera seguido con este comportamiento contrario a la competencia después del 28 de enero de 1998.

(289) Por lo que respecta al intercambio de información entre Interbrew y Alken-Maes, conviene por otro lado tener en cuenta que Alken-Maes proporcionó a la Comisión una copia de su carta del 5 de noviembre de 1999, en la cual pone fin al intercambio de información con Interbrew.

(290) Por lo que se refiere al acuerdo sobre marcas propias, los participantes hicieron saber que sólo habían tenido lugar cuatro reuniones, la última de las cuales se celebró en julio de 1998 (véase el considerando 156). Por otro lado, uno de los colaboradores implicados declaró que se había puesto fin a la concertación (véase el considerando 157). La Comisión tampoco dispone de prueba alguna de que la concertación hubiese continuado después de la última reunión.

(291) En respuesta al pliego de cargos, Interbrew indicó que se había puesto fin tanto al acuerdo Interbrew/Alken-Maes como al acuerdo sobre marcas propias. Interbrew se remite a este respecto a su carta del 29 de febrero de 2000, en la que indicaba que había puesto fin a las infracciones y que había adoptado importantes medidas destinadas a impedir la repetición de tales infracciones de las normas de competencia. Una de estas medidas consiste en la introducción de un extenso «Programa de cumplimiento», que instaura, en particular, una auditoría interna y externa semestral. Este programa establece, en particular, que no se autoriza a los empleados de Interbrew a celebrar acuerdos relativos a los precios, a las condiciones de venta, al reparto del mercado y al intercambio de información.

(292) Teniendo en cuenta lo anterior, no procede obligar las empresas interesadas a poner fin a la infracción.

9.2. **Apartado 2 del artículo 15 del Reglamento nº 17**

(293) Con arreglo del apartado 2 del artículo 15 del Reglamento nº 17, la Comisión puede, mediante decisión, imponer a cada empresa multas que vayan de mil EUR a un millón EUR, pudiéndose elevar este límite máximo hasta el diez por ciento del volumen de negocios

alcanzado durante el ejercicio económico precedente por cada empresa que hubiere tomado parte en la infracción cuando, deliberadamente o por negligencia, cometan una infracción a las disposiciones del apartado 1 del artículo 81 del Tratado.

(294) Para determinar el importe de la multa, la Comisión debe tener en cuenta todas las circunstancias pertinentes, y en particular la gravedad y la duración de la infracción. El método seguido a este respecto es el definido en las Directrices para el cálculo de las multas impuestas en aplicación del apartado 2 del artículo 15 del Reglamento nº 17 y del apartado 5 del artículo 65 del Tratado CECA ([261]).

9.2.1. *Acuerdo Interbrew/Alken-Maes*

9.2.1.1. Cálculo de la multa

(295) La Comisión considera, por lo que se refiere al acuerdo Interbrew/Alken-Maes, que procede imponer una multa a Interbrew y a Danone. Se considera a Danone responsable de su propia participación en la infracción y de la de Alken-Maes. Una sociedad matriz que desempeña un papel activo en la participación de una de sus filiales en un acuerdo puede ser considerada responsable de las prácticas de dicha filial ([262]). Tal como la propia Danone indicó, formaba una entidad económica con Alken-Maes en el momento de la infracción del artículo 81 del Tratado. Además Danone no sólo era la sociedad matriz de Alken-Maes en la época de los hechos, sino que ella misma estaba también implicada directamente en el acuerdo. Danone reconoce haber participado en reuniones relativas al mercado belga y haber estado informada de algunas prácticas. Por lo tanto, Danone es responsable tanto de su propia participación en el acuerdo como de la de Alken-Maes.

9.2.1.2. Infracción cometida de forma deliberada o por negligencia

(296) De los elementos de hecho se desprende que todos los participantes en el acuerdo tenían la intención de celebrar acuerdos relativos a un pacto general de no agresión, a los precios y las promociones en el comercio minorista, al reparto de la clientela en el mercado hostelero (tanto la hostelería «clásica» como los clientes nacionales), a la limitación de las inversiones y de la publicidad en el mercado hostelero, a una nueva estructura de precios para la hostelería y el comercio minorista y al intercambio de información relativo a las ventas en los sectores hostelero y del comercio minorista. Por consiguiente, la Comisión estima que se debe considerar que esta infracción se cometió de forma deliberada, ya que las partes no podían ignorar que la combinación de acuerdos antes citada pretendía restringir la competencia.

9.2.1.3. Gravedad de la infracción

(297) Un acuerdo horizontal como el presente (que incluye un pacto general de no agresión, unos acuerdos y una concertación directos e indirectos sobre precios y promociones en el comercio minorista, sobre reparto del mercado en el sector hostelero, sobre limitación de las inversiones y de la publicidad en este último sector, y la elaboración conjunta de una nueva estructura de precios para los sectores hostelero y del comercio minorista) constituyen, por su propia naturaleza, una infracción muy grave. El sistema de intercambio de información entre Interbrew y Alken-Maes facilitó la aplicación de estos acuerdos y la realización de sus objetivos. Dado que el precio era uno de los principales factores de competencia, todos los distintos acuerdos y mecanismos secretos adoptados por los productores tenían como último objetivo incrementar los precios y aumentarlos a un nivel superior al que habrían alcanzado en condiciones de libre competencia, y ello en perjuicio de los consumidores.

(298) Además, el acuerdo abarcaba el conjunto de segmentos del mercado de la cerveza y se refería tanto a la hostelería como al mercado minorista. La Comisión tiene en cuenta por otro lado que las conversaciones entre Interbrew, por una parte, y Alken-Maes y Danone, por otra parte, tuvieron lugar al más alto nivel. Es de destacar también que los acuerdos y concertaciones abarcaban un alto número de parámetros de la competencia (precios y promociones, clientes, inversiones, publicidad, estructura de precios e intercambio de informaciones sobre ventas) y que se celebraron contactos periódicos entre Interbrew y Alken-Maes/Danone referentes a estos distintos aspectos.

(299) Danone niega que estas reuniones hayan versado sobre acuerdos de precios y de reparto del mercado. Los elementos de prueba disponibles y las declaraciones de Interbrew y Alken-Maes revelan no obstante que efectivamente se celebraron tales acuerdos sobre precios y sobre reparto del mercado (véase el punto 6.3.1).

([261]) DO C 9 de 14.1.1998, p. 3.

([262]) Sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 14 de mayo de 1998, NV Koninklijke KNP BT/Comisión, asunto T-309/94, apartados 45 y siguientes, Rec. 1998, p. II-1007; el Tribunal confirmó este elemento de la sentencia, véase la sentencia del Tribunal de Justicia de 16 de noviembre de 2000, NV Koninklijke KNP BT/Comisión, asunto C-248/98 P, Rec. 2000, p. I-9641.

(300) Es necesario partir del principio que los distintos acuerdos secretos celebrados por las partes tenían por objetivo incrementar los precios en su beneficio y aumentarlos a un nivel superior al que alcanzarían en condiciones de libre competencia. De los elementos de prueba que obran en poder de la Comisión se desprende que en la reunión de 28 de enero de 1998, Interbrew y Alken-Maes consideraron que se habían alcanzado los siguientes objetivos (véase el considerando 104): el pacto de no agresión, los acuerdos sobre el reparto de la clientela en el mercado hostelero (en parte), la limitación de la publicidad en el sector hostelero, la elaboración conjunta de una nueva estructura de precios para los sectores hostelero y del comercio minorista y el intercambio de información sobre ventas en estos dos sectores. Por otro lado, Interbrew reconoció que ella misma y Alken-Maes se habían puesto de acuerdo sobre acciones de promoción en el comercio minorista (véase el considerando 109). Interbrew y Alken-Maes también admitieron que las dos empresas intercambiaban cada mes información detallada sobre ventas (véase el punto 4.4). Habida cuenta de los elementos de prueba reunidos, la Comisión reconoce que conviene admitir que Interbrew y Alken-Maes no aplicaron ciertos componentes del acuerdo, o no lo hicieron totalmente: no se ejecutaron algunos elementos del acuerdo de caballeros (véanse los considerandos 92, 107, 236 y 242), Interbrew no respetó íntegramente el acuerdo de reparto del mercado (véase el considerando 72) y los debates en la CBB produjeron resultados limitados (véase el considerando 241). Sin embargo esto no permite concluir que el acuerdo no habría tenido, como tal, ninguna repercusión o sólo una repercusión limitada en el mercado ([263]).

(301) El mercado geográfico de referencia abarca la totalidad del territorio belga, lo que corresponde a una parte sustancial del mercado comunitario.

(302) Habida cuenta de todas las circunstancias antes citadas (véanse los considerandos 297 a 301), la Comisión ha llegado a la conclusión de que se debe considerar que la presente infracción es muy grave.

([263]) En todo caso, a la hora de enjuiciar la gravedad de la infracción, la repercusión en el mercado sólo es de importancia fundamental cuando se trata de acuerdos que no son intrínsecamente restrictivos y que, por tanto, sólo por sus consecuencias concretas infringen el apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE (*cf.* las Conclusiones del Abogado General Mischo de 18 de mayo de 2000, Mo och Domsjö AB/Comisión de las Comunidades Europeas, asunto C-283/98, Rec. 2000, p. I-9855). Como ya ha quedado establecido, el conjunto de los acuerdos entre Interbrew y Alken-Maes son intrínsecamente restrictivos, lo que implica que no es preciso determinar por separado en qué medida el cartel restringe la competencia.

(303) Al determinar el importe de la multa, la Comisión debe también tener en cuenta la capacidad económica efectiva de los autores de la infracción para causar un daño importante a la competencia.

(304) Los participantes en el acuerdo representaban en el momento de los hechos alrededor del 70 % de las ventas totales de cerveza en Bélgica y, aproximadamente, el 80 % de las ventas de pils en el mercado belga. Existía sin embargo una diferencia de importancia considerable entre Interbrew, número uno en Bélgica, y Alken-Maes, número dos en este mismo mercado. Interbrew era entonces, y sigue siendo, el líder del mercado belga, con una cuota de mercado media cercana al 55 %. Alken-Maes poseía en aquella época una cuota de mercado media en torno al 15 %.

(305) Por otra parte, hay que fijar el importe de la multa en un nivel que le garantice un carácter disuasivo. A este respecto, la Comisión tiene en cuenta que Interbrew y Danone son grandes empresas internacionales. Además, en el caso de Danone, no hay que olvidar que se trata de una empresa con una gran variedad de productos.

(306) La Comisión también tiene en cuenta que Interbrew, por una parte, y Alken-Maes y Danone, por otra, disponen de unos conocimientos e infraestructuras económicas y jurídicas que les permiten apreciar mejor el carácter infractor de su comportamiento y las consecuencias que se derivan desde el punto de vista del derecho de competencia.

(307) En el marco del cálculo del importe de la multa que debe imponerse a Interbrew, conviene por lo tanto, según la Comisión y vista la gravedad de la infracción, fijar una multa de 45 millones EUR. Por lo que respecta a Alken-Maes/Danone, se considera pertinente imponer una multa de 25 millones EUR.

9.2.1.4. Duración de la infracción

(308) Tanto en lo que se refiere a Interbrew como a Alken-Maes, la duración de la infracción se fijó en cinco años y un día. Se trata pues de una infracción de duración entre media y larga. Habida cuenta de que la intensidad de la cooperación se debilitó considerablemente al final del acuerdo, la Comisión juzga conveniente aumentar la multa un 45 %, tanto para Interbrew como para Danone.

(309) Por lo tanto el importe básico de la multa se establece en 62,25 millones EUR para Interbrew y 36,25 millones EUR para Danone.

9.2.1.5. Circunstancias agravantes

(310) De las pruebas escritas se desprende que en agosto y en noviembre de 1993, Interbrew desempeñó un papel determinante en cuanto a los acuerdos sobre los precios en el comercio minorista (véanse los considerandos 49 y 50). En 1995, Interbrew tomó también la iniciativa de entablar conversaciones sobre precios con Alken-Maes (véanse los considerandos 74 y 145). Además, de una declaración de la propia Interbrew se desprende concretamente que el intercambio de información entre Interbrew y Alken-Maes comenzó en 1992 (y quizá antes) por iniciativa de Interbrew (véase el considerando 122).

(311) Sin embargo, la ampliación de la cooperación entre Interbrew y Alken-Maes en 1994, que desembocó en el amplio acuerdo de caballeros que respondía a la clave de «Université de Lille», es fruto de las intervenciones de Danone referentes al mercado belga (véanse los considerandos 232 a 234).

(312) Contrariamente a lo que afirmó Danone, no se puede concluir, con arreglo a los elementos de prueba disponibles, que Interbrew dirigiese las operaciones con el fin de aplicar los acuerdos y lograr los objetivos del acuerdo en la CBB. Interbrew y Alken-Maes convinieron el 29 de agosto de 1994 utilizar la CBB como marco para la realización de algunos elementos del acuerdo (véase el considerando 133), lo que tuvo lugar efectivamente una vez que Interbrew y Alken-Maes se hubieron puesto de acuerdo en noviembre de 1994 sobre el acuerdo de caballeros denominado «Université de Lille» y tras la presentación del informe «Posibilidades 2000», elaborado por Arthur D. Little a solicitud de la CBB (véanse los considerandos 135 y siguientes). Conviene observar a este respecto que en el grupo de trabajo responsable, denominado «Visión 2000», participaban a la vez los representantes de Interbrew y de Alken-Maes y que los representantes de Alken-Maes presidían los cuatro subgrupos en cuestión, a excepción del subgrupo «Inversiones en los puntos de venta», cuya presidencia compartían los representantes de Interbrew y Alken-Maes (véanse los considerandos 137 y 144).

(313) Dado que tanto Danone como Interbrew tomaron iniciativas relativas a distintos elementos del acuerdo, la Comisión concluye que ninguna de las empresas implicadas jugó un papel dirigente en el conjunto del acuerdo.

(314) Es importante sin embargo destacar que Danone (entonces denominada BSN) ya fue condenada en dos ocasiones por infringir el artículo 81 del Tratado ([264]). Al igual que en este caso concreto, aquellas infracciones consistían en intercambio de información, restricciones relativas a los precios y a las condiciones de venta y también, en un caso, en acuerdos de reparto del mercado. Dado que Danone ha cometido de nuevo una infracción después de haber sido sancionada por hechos del mismo tipo, en este caso cabe hablar de reincidencia ([265]). El hecho de que Danone operara entonces con otro nombre no afecta de ninguna manera a esta circunstancia. Del mismo modo, y habida cuenta de la naturaleza de las infracciones, el hecho de que las dos infracciones anteriores se refirieran a un sector diferente del que nos ocupa en el presente asunto no impide en modo alguno afirmar que en este caso existe una infracción similar. La Comisión desea destacar a este respecto que a lo largo del período ([266]) durante el cual BSN o Danone cometieron las tres infracciones, las funciones del Director gerente recaían sobre una única e idéntica persona. Además, al menos dos directivos de Danone responsables de las actividades de la división alimentaria en el momento del acuerdo bilateral, trabajaban en la división «vidrio plano» de Danone en la época de las anteriores infracciones o de una de ellas ([267]).

(315) Además, Danone amenazó con destruir a Interbrew en el mercado francés si ésta no transfería 500 000 hectolitros de cerveza a Alken-Maes. Esto condujo a una ampliación de la cooperación entre Interbrew y Alken-Maes (véanse los considerandos 232 a 234 y 236). Por lo tanto procede concluir, por lo que se refiere a la intervención de Danone, que ésta obligó a Interbrew a ampliar la cooperación amenazándola con represalias en caso de que se negara.

(316) A causa de la amenaza de aplicar medidas de represalia y debido a la reincidencia, la Comisión considera conveniente aumentar el importe básico de la multa un 50 % en el caso de Danone.

([264]) Decisión de la Comisión de 23 de julio de 1984, Acuerdos y prácticas concertadas en el sector del vidrio plano en los países del Benelux, asunto IV/30.988 (DO L 212 de 8.8.1984, p. 13); decisión de la Comisión de 15 de mayo de 1974, Acuerdos entre fabricantes de vidrio para envases, asunto IV/400 (DO L 160 de 17.6.1974, p. 1).

([265]) Sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 11 de marzo de 1999, Thyssen Stahl AG/Comisión, T-141/94, apartado 617, Rec. 1999, p. II-347.

([266]) Al menos hasta el 2 de mayo de 1996, véase el sitio Internet de Danone (www.danonegroup.com) y la respuesta de Danone, con fecha de 30 de noviembre de 2000, al pliego de cargos.

([267]) Anexo 28 a la respuesta otorgada por Danone, el 10 de mayo de 2000, a la solicitud de información (doc. 37614 09915-09938).

9.2.1.6. Circunstancias atenuantes

(317) El hecho de que no se hayan aplicado efectivamente los acuerdos o prácticas infractoras constituye una circunstancia atenuante. La Comisión reconoce que de los elementos de prueba se deduce que las partes no aplicaron íntegramente todos los acuerdos particulares incluidos en la concertación (véase el considerando 300). Esto no significa sin embargo que el acuerdo, como tal, no se aplicase realmente. El hecho de que algunos elementos de la infracción no se llevaran a la práctica no basta en sí para poder hablar de una circunstancia atenuante en el sentido antes citado.

(318) No obstante, respecto a Alken-Maes se tiene en cuenta que interrumpió el intercambio de información con Interbrew después de la verificación efectuada por la Comisión los días 26 y 27 de octubre de 1999.

(319) Estas circunstancias justifican una reducción del importe básico de la multa del 10 % para Alken-Maes/Danone.

(320) El control de los precios aplicado en Bélgica no podría conducir a una reducción del importe de la multa. Conviene precisar que este control sólo estuvo en vigor en el sector de la cerveza hasta el 1 de mayo de 1993. Además, solamente obligaba a las partes a pedir la autorización, con carácter individual o colectivo, por medio de su organización profesional, para aplicar una subida de precios, y no a celebrar acuerdos o a concertarse sobre los precios (véase el considerando 247). Danone se remitió a este respecto a la decisión de la Comisión relativa a los transbordadores griegos ([268]). En este asunto, la Comisión había considerado circunstancia atenuante el hecho de que, durante el período cubierto por la infracción, eran las propias empresas implicadas las que debían presentar una propuesta común de tarifas interiores, propuesta aprobada a continuación por las autoridades griegas. Eso pudo plantear dudas en cuanto si la fijación de tarifas internacionales constituía una infracción. Esta situación no es comparable a la del presente asunto por las razones siguientes. En primer lugar, no eran los propios cerveceros quienes debían presentar una declaración colectiva de subida de precios, sino que debían hacerlo por medio de su organización profesional. La concertación entre las empresas en lo que respecta a sus precios y a la estructura de sus costes no se derivaba por lo tanto directamente del control de precios vigente en Bélgica y tampoco correspondía al comportamiento que las autoridades belgas esperaban de los cerveceros. Además, el control de precios tenía por objeto aprobar los aumentos de precio y no oficializar las tarifas nominales propuestas por las empresas.

(321) Danone también alegó que la Comisión debía tener en cuenta la situación de crisis en la que se encontraba el mercado belga de la cerveza. La Comisión reconoce que durante la década de los años noventa, este mercado registró un ligero retroceso de la demanda (véase el considerando 6), lo que condujo quizá a un cierto exceso de capacidad, y fue objeto de presiones por parte del comercio minorista. Sin embargo, esta situación no es comparable a la de los asuntos en los que la Comisión estimó pertinente, al determinar el importe de la multa, tener en cuenta la existencia de una situación de crisis en un mercado determinado ([269]). La Comisión destaca también a este respecto que la producción de cerveza en Bélgica registraba en la época un descenso claramente menos importante que el consumo (véase el considerando 6). La situación financiera particular de una parte implicada en una infracción, en este caso Alken-Maes, no puede dar lugar a una reducción de la multa. En efecto eso equivaldría a conceder una ventaja competitiva injustificada a las empresas menos adaptadas a las condiciones del mercado ([270]). Además el hecho de que una empresa sufra pérdidas no significa que no se haya beneficiado de su participación en una infracción de las normas de competencia, dado que dicho beneficio puede consistir en una disminución de sus pérdidas.

(322) Danone mantiene también que conviene tener en cuenta que en el momento de la infracción Alken-Maes se hallaba en una posición de dependencia frente a Interbrew. La Comisión considera que, como ya se explicó (véase el considerando 247), el intento de Alken-Maes de poner fin a una posible infracción del artículo 82 del Tratado cometida por Interbrew, no puede admitirse como recurso defensivo ante la participación en un acuerdo. Además, en esta alegación, Danone, sociedad matriz de Alken-Maes, olvida su propia implicación en el acuerdo. Por último, ya se tuvo en cuenta la diferencia

([268]) Decisión de 9 de diciembre de 1998 (IV/34.466), Transbordadores griegos (DO L 109 de 27.4.1999, p. 24).

([269]) Véase, en particular, la decisión de 30 de noviembre de 1994 (IV/33.126 y 33.322, Cemento) (DO L 343 de 30.12.1994, p. 1); la decisión de 27 de julio de 1994 (IV/31.865, PVC) (DO L 239 de 14.9.1994, p. 14); y la decisión de 8 de diciembre de 1999 (Tubos de acero sin soldadura), pendiente de publicación.

([270]) Sentencia del Tribunal de Justicia de 8 de noviembre de 1983, IAZ y otros/Comisión, asuntos acumulados 96 a 102, 104,105,108 y 110/82, Rec. 1983, p. 3369.

de importancia entre Alken-Maes e Interbrew en el marco de la determinación del importe básico de la multa.

9.2.1.7. Comunicación de la Comisión de 18 de julio de 1996 relativa a la no imposición de multas o a la reducción de su importe en los asuntos relacionados con acuerdos entre empresas

(323) Tanto Interbrew como Alken-Maes han invocado la Comunicación de la Comisión de 18 de julio de 1996 relativa a la no imposición de multas o a la reducción de su importe en los asuntos relacionados con acuerdos entre empresas (en lo sucesivo, «la Comunicación»).

(324) La información que Interbrew proporcionó tras el envío de una solicitud de información con arreglo al artículo 11 del Reglamento nº 17 contribuyó en gran parte a establecer los elementos de hecho. Esta cooperación con la Comisión fue más allá de la simple respuesta a la solicitud de información según lo dispuesto en el artículo 11 del Reglamento nº 17. Además, Interbrew no impugnó los hechos materiales constitutivos de la infracción según la Comisión.

(325) Esta cooperación de Interbrew justifica una reducción del 30 % del importe de la multa con arreglo al punto D.2 de la Comunicación.

(326) Aunque Alken-Maes ha declarado durante el procedimiento que no impugna los hechos ni la existencia de la infracción, en respuesta al pliego de cargos indicó, al igual que Danone, que no impugnaba los elementos de hecho contenidos en dicho pliego solamente en la medida en que estos elementos se basaban parcialmente en información proporcionada por Alken-Maes a la Comisión ([271]). Danone, expresándose también en nombre de Alken-Maes, puso además en duda la existencia de la infracción, tal como fue descrita por la Comisión en el pliego de cargos. Esto no justifica una reducción de la multa en el sentido del segundo guión del punto D.2 de la Comunicación.

(327) Sin embargo, Alken-Maes proporcionó información sobre la existencia y el contenido de la infracción que iba más allá de la mera respuesta a la solicitud de información en virtud del artículo 11 del Reglamento nº 17. La Comisión considera que esta circunstancia justifica una reducción del importe de la multa.

(328) La Comisión considera por lo tanto conveniente, en el caso de Danone, reducir el importe de la multa un 10 %, con arreglo al primer guión del punto D.2 de la Comunicación.

9.2.1.8. Conclusiones en cuanto al importe de las multas

(329) Debido a su participación en el acuerdo Interbrew/Alken-Maes, se impone una multa de 45,675 millones EUR a Interbrew.

(330) Debido a su propia participación y a la de su filial Alken-Maes, se impone una multa de 44,043 millones EUR a Danone.

9.2.2. *Acuerdo sobre marcas propias*

9.2.2.1. Cálculo de la multa

(331) Por lo que se refiere al acuerdo sobre marcas propias, se impone una multa a las empresas participantes en esta infracción, es decir Interbrew, Alken-Maes, Haacht y Martens. Aunque en aquella época Alken-Maes era filial de Danone, la Comisión considera que no conviene imputar esta infracción a Danone, dado que esta última no estaba implicada por sí misma en este acuerdo ([272]).

9.2.2.2. Infracción cometida de forma deliberada o por negligencia

(332) Según una jurisprudencia reiterada del Tribunal de Justicia y el Tribunal de Primera Instancia, para poder considerar que una infracción de las normas de competencia del Tratado se cometió de forma deliberada, no es necesario que la empresa haya tenido conciencia de infringir el artículo 81 o la prohibición establecida en esta disposición. Basta con que no haya podido ignorar que la conducta incriminada tenía por objeto o por efecto restringir la competencia en el mercado comunitario y que afectaba o podía afectar a los intercambios entre Estados miembros ([273]).

([271]) «Sans contester l'existence des faits intervenus dans la période en cause dans la mesure où ceux-ci sont en partie fondés sur les informations fournies par les représentants d'Alken-Maes aux agents de la Commission [...] (Danone); Alken-Maes ne conteste pas la matérialité des contacts et pratiques entre Interbrew et Alken-Maes durant la période couverte par la Communication des griefs (la "CG") dans la mésure où ceux-ci sont en partie fondés sur les informations fournies par les représentants d'Alken-Maes elle-même aux agents de la Commission (Alken-Maes)».

([272]) Sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 14 de mayo de 1998, NV Koninklijke KNP BT/Comisión, asunto T-309/94, apartados 45 y siguientes, Rec. 1998, p. II-1007.

([273]) Sentencia del Tribunal de Justicia de 1 de febrero de 1978, Miller/Comisión, asunto 19/77, apartado 18, Rec. 1978, p. 131; Sentencia del Tribunal de Justicia de 8 de febrero de 1990, Tipp-Ex/Comisión, asunto C-279/87, Rec. 1990, p. I-261; Sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 12 de julio de 2001, Tate y Lyle y otros/Comisión, asuntos acumulados T-202/98, T-204/98 y T-207/98, aún no publicado en la Recopilación de Jurisprudencia.

(333) La Comisión considera que ninguno de los participantes en el acuerdo sobre marcas propias podía ignorar que su comportamiento tendía a restringir la competencia en el mercado comunitario. Invariablemente los contactos directos entre competidores relativos a los precios y al reparto de los clientes se consideran sospechosos desde el punto de vista del derecho de competencia, aunque estos contactos tengan lugar en el marco de una organización profesional, circunstancia destacada por Martens para probar su ignorancia. Las empresas implicadas tampoco podían ignorar que su comportamiento podía afectar a los intercambios entre Estados miembros.

(334) Incluso si las conversaciones en cuestión hubieran tenido lugar en el marco de la CBB, elemento alegado por Martens para explicar que se trataba por su parte de un error excusable o cometido por ella de buena fe, habría que hablar en ese caso de una infracción del apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE, cometida de forma deliberada por los participantes en dichas conversaciones. Este medio de defensa alegado por Martens carece pues de pertinencia para apreciar si cometió o no la infracción de forma deliberada.

9.2.2.3. Gravedad de la infracción

(335) Una concertación horizontal sobre precios y reparto del mercado constituye, por su propia naturaleza, una infracción muy grave. El intercambio de información era un instrumento destinado a aplicar esta concertación.

(336) Martens niega que se tratara de acuerdos sobre precios y sobre reparto del mercado. No obstante, de los elementos de prueba disponibles y las declaraciones de Interbrew y Haacht se desprende que las cuatro reuniones sirvieron de marco a una concertación sobre precios y reparto del mercado (véase también el considerando 252). Independientemente del carácter intrínsecamente grave de tales comportamientos, la Comisión tiene en cuenta también, para la valoración de la gravedad de la presente infracción, su repercusión en el mercado y la dimensión del mercado geográfico de referencia.

(337) Por lo que respecta a la repercusión sobre el mercado, conviene destacar que las distintas prácticas secretas de las partes tenían por objeto repartirse los clientes y, a fin de cuentas, fijar unos precios superiores a los que se alcanzarían en condiciones de libre competencia. La Comisión reconoce que no dispone de pruebas de que la concertación, quizá salvo una excepción, condujera a las empresas implicadas a adaptar su comportamiento en el mercado. Sí está demostrado que en las reuniones organizadas en el marco del acuerdo sobre marcas propias, se habló sobre el reparto de los clientes y sobre precios y que se intercambió información a este respecto. El hecho de que los cerveceros belgas quizá no hayan intercambiado más que una sola vez la información relativa a las cervezas vendidas con marcas propias en Bélgica no obsta a la gravedad de estas prácticas. En efecto, el objetivo de esta concertación (no presentar ofertas de precio para los contratos de los socios, con el fin de evitar una guerra de precios) no requería intercambiar información de forma periódica. Por lo tanto, esto no permite concluir pura y simplemente que el acuerdo no tuvo, como tal, ninguna repercusión o sólo una repercusión limitada sobre el mercado ([274]).

(338) Por lo que respecta a la dimensión del mercado geográfico de referencia, la Comisión tiene en cuenta además que si bien es cierto que las reuniones se referían al conjunto del territorio belga, se limitaban al segmento de las cervezas tipo pils vendidas con marcas propias (lo que representa un 5,5 % del total del consumo belga de cerveza, véase el considerando 8).

(339) En este contexto, la Comisión considera que la presente infracción constituye una infracción grave del apartado 1 del artículo 81 del Tratado.

(340) Para determinar el importe de la multa, la Comisión debe también tener en cuenta la capacidad económica efectiva de los autores de la infracción para afectar seriamente a la competencia y fijar el importe de la multa a un nivel que garantice un efecto disuasivo.

(341) Con el fin de tener en cuenta la posibilidad efectiva de que las empresas implicadas produjesen un daño considerable en el mercado belga de la cerveza, y en particular en el segmento de las cervezas vendidas con marca propia, es importante pues, según la Comisión, establecer una distinción entre las distintas empresas participantes en la infracción. Al tener en cuenta el volumen de negocios realizado por las distintas empresas en el segmento de las marcas propias, la Comisión distingue las dos categorías siguientes. Haacht y Martens, cuyo volumen de negocios en el segmento de las marcas propias era el mayor, se incluyen en la primera categoría. Interbrew y Alken-Maes, cuyo volumen de negocios en dicho segmento era bastante menor, se encuadran en la segunda.

([274]) Para la fijación del importe de la multa, los efectos en el mercado revisten una importancia esencial sólo cuando se trata de acuerdos que no tienen directamente por objeto restringir la competencia y que, sólo debido a sus efectos concretos, pueden incluirse en el ámbito del artículo 81 del Tratado (Conclusiones del Abogado General Mischo de 18 mayo de 2000 en el asunto Mo och Domsjö, véase la nota 263). Como ya se ha señalado anteriormente, el cartel de las marcas propias es, por su propia naturaleza, restrictivo de la competencia, lo que significa que no es necesario constatar de manera específica el alcance de tal restricción (véase el punto 6.4).

(342) Habida cuenta de de los anteriores elementos, la Comisión considera pertinente imponer las multas siguientes:

a Haacht y Martens: 300 000 EUR;

a Interbrew y Alken-Maes: 250 000 EUR.

(343) Para que la multa tenga un efecto disuasivo suficiente y para tener en cuenta que Interbrew y Alken-Maes, al ser empresas internacionales o pertenecientes a un grupo internacional, lo que no es el caso de Haacht y Martens, tienen más fácilmente acceso a los conocimientos e infraestructuras económicas y jurídicas que les permiten apreciar mejor el carácter infractor de su comportamiento y las consecuencias que se derivan desde el punto de vista del derecho de competencia, la Comisión estima que conviene adaptar el importe básico de la multa impuesta a Interbrew y Alken-Maes.

(344) Habida cuenta de su dimensión y de sus respectivos recursos totales, la Comisión considera que el importe de la multa fijado en el considerando 342 debe multiplicarse por cinco en el caso de Interbrew y por dos en el de Alken-Maes. Esto supone una multa de 1 250 000 EUR para Interbrew y de 500 000 EUR para Alken-Maes.

9.2.2.4. Duración de la infracción

(345) La duración de la infracción se fija en nueve meses, lo que ninguna parte impugna. Esta duración no justifica un aumento del importe de la multa.

(346) El importe básico de las multas corresponde por lo tanto para todas las empresas implicadas a los importes citados en los considerandos 342 y 344.

9.2.2.5. Circunstancias agravantes

(347) De una declaración procedente de Interbrew se desprende que ésta y Alken-Maes tomaron la iniciativa de organizar reuniones relativas a las cervezas vendidas con marca propia (véase el considerando 157). Esto ha sido confirmado por Haacht en su respuesta a la comunicación del pliego de cargos (véase considerando 198). La Comisión considera que, habida cuenta de esta circunstancia, procede aumentar el importe básico de la multa un 30 % en el caso de Interbrew y Alken-Maes.

9.2.2.6. Circunstancias atenuantes

(348) Las partes alegan como circunstancia atenuante el hecho de que no aplicaron realmente el acuerdo o práctica que constituye la infracción. Alegan en particular que dicha práctica no supuso una modificación de su comportamiento en el mercado. La Comisión admite que, fundándose en los elementos de prueba efectivamente reunidos, no existe ninguno, salvo quizá con una excepción, que demuestre que las partes se abstuvieron de presentar ofertas a los clientes de los otros cerveceros interesados, con el fin de evitar una guerra de precios. No obstante esto no permite concluir que la práctica constitutiva de la infracción no se aplicó, dado que las partes, en las cuatro reuniones en cuestión, intercambiaron efectivamente información relativa a clientes y volúmenes y celebraron realmente conversaciones sobre sus clientes y precios.

(349) Tanto Haacht como Martens indicaron que debía considerarse que su participación había sido pasiva. La Comisión destaca no obstante que Haacht y Martens participaron activamente en el acuerdo sobre marcas propias. En efecto estos dos cerveceros asistieron a todas las reuniones que la Comisión conoce. Haacht, por otro lado, reconoció haber intercambiado información sobre las cervezas vendidas con marca propia en Bélgica con los otros cerveceros implicados y haber celebrado acuerdos sobre precios y reparto de los clientes. Por lo que se refiere a Martens, también es importante destacar que participó activamente en las conversaciones, lo que se deduce de su petición de invitar a las reuniones a los cerveceros neerlandeses que también producen cervezas vendidas con marca propia. Martens no ha podido demostrar que hubiese dudado en participar en estas reuniones.

(350) La necesidad para Haacht, como para Martens, de reunir información sobre la evolución del mercado de las cervezas vendidas con marcas propias tampoco justifica una infracción de las normas europeas de competencia.

(351) No hay porqué tener en cuenta, al calcular la multa que debe imponerse a Haacht, la circunstancia de que el volumen de negocios que realiza en el segmento de las cervezas vendidas con marcas propias sólo constituye una pequeña parte de su volumen de negocios total. La Comisión recuerda que la gravedad y la duración de la infracción son los elementos básicos del cálculo del importe de la multa. La Comisión admite que, en el pasado, calculó multas basándose en un tipo básico que correspondía a un determinado porcentaje del volumen de negocios en cuestión. Los únicos límites a la libertad de elección de la Comisión al determinar las multas, de conformidad con lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 15 del Reglamento nº 17, consisten no obstante en los límites máximos legales citados en esta disposición

y que hacen referencia, entre otras cosas, al volumen de negocios total de las empresas implicadas. Por lo demás, la Comisión tuvo en cuenta debidamente, a efectos de valorar la gravedad de la infracción, la importancia económica de la actividad correspondiente a la infracción.

(352) El considerando 351 se aplica también a la alegación de Martens según la cual la Comisión debe tomar en consideración, al establecer el importe de la multa, el hecho de que Martens, según sus propias declaraciones, no obtuvo ningún beneficio de las reuniones. El hecho de que en el pasado la Comisión partiera del beneficio obtenido de la infracción para fijar el importe de la multa, no la obliga en modo alguno a seguir procediendo de este modo en el presente asunto. La Comisión tiene en cuenta, como circunstancia agravante, los beneficios obtenidos gracias a la infracción, cuando ello sea necesario para que el importe de la multa supere al de los beneficios ilícitos. Sin embargo, no cabe deducir de este hecho, sensu contrario, que procede considerar que la ausencia de tales beneficios constituye una circunstancia atenuante.

(353) Procede desestimar la alegación de Martens, según la cual, habida cuenta de la decisión de la Comisión en el asunto FENEX ([275]), la multa debería ser simbólica. La Comisión se basa en que el Tribunal de Justicia ha confirmado que la valoración que hace la Comisión de las multas que juzga necesarias puede variar de un asunto a otro, aunque se den situaciones comparables en los asuntos en cuestión ([276]). Aparte de la posible inexperiencia de Martens, el presente asunto no es en absoluto comparable con la situación en el asunto FENEX, dado que en este último, la infracción se produjo por negligencia y no de forma deliberada. Además, ya se tuvo en cuenta la diferencia entre, por una parte Interbrew y Alken-Maes y, por otra, Martens y Haacht desde el punto de vista de los conocimientos económicos y jurídicos al valorar la gravedad de la infracción cometida (véase el considerando 343).

(354) Tanto Martens como Haacht pidieron a la Comisión que tuviese en cuenta su difícil situación financiera al fijar el importe de la multa. Sin embargo, la situación financiera particular de una parte implicada en una infracción no puede dar lugar a una reducción de la multa. En efecto, ello supondría conceder una ventaja competitiva injustificada a las empresas menos adaptadas a las condiciones del mercado ([277]).

9.2.2.7. Comunicación de la Comisión de 18 de julio de 1996 relativa a la no imposición de multas o a la reducción de su importe en los asuntos relacionados con acuerdos entre empresas

(355) Todas las empresas implicadas han invocado la Comunicación.

(356) Interbrew considera que se le puede aplicar una reducción considerable del importe de la multa de conformidad con el punto C de la Comunicación. La Comisión reconoce que Interbrew reveló a la Comisión la existencia del acuerdo sobre marcas propias, cuando la Comisión no había iniciado la investigación relativa a esta infracción y no disponía a este respecto de ninguna información. Además, la infracción había finalizado antes de que la Comisión conociese su existencia e Interbrew cooperó con la Comisión, de manera ininterrumpida y sin reserva, durante toda la duración de la investigación. Sin embargo, no se puede aplicar una reducción considerable del importe de la multa a Interbrew porque tomó la iniciativa de las conversaciones relativas a las marcas propias.

(357) Interbrew puede en cambio beneficiarse de una reducción significativa del importe de la multa de conformidad con el punto D de la Comunicación. La Comisión tiene en cuenta que Interbrew reveló la existencia de la práctica concertada cuando la Comisión ignoraba todo sobre este asunto y que Interbrew cooperó, ininterrumpidamente y sin reservas, a lo largo de la investigación. Por otro lado, Interbrew no negó los hechos materiales constitutivos de la infracción según la Comisión. La Comisión considera por lo tanto conveniente reducir el importe de la multa impuesta a Interbrew un 50 %.

(358) Alken-Maes no impugnó los hechos materiales constitutivos, según la Comisión, del acuerdo sobre marcas propias. Su cooperación con la Comisión en lo que respecta a esta infracción no fue más allá de la simple respuesta a la solicitud oficial de información que la Comisión le envió el 22 de marzo de 2000, de conformidad con lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 11 del Reglamento nº 17.

(359) La Comisión considera por lo tanto conveniente, en el caso de Alken-Maes, aplicar una reducción del 10 % de la multa, con arreglo al segundo guión del punto D.2 de la Comunicación.

([275]) Véase la nota 233.
([276]) Sentencia del Tribunal de Justicia de 12 de julio de 1979, BMW/Bélgica, asuntos acumulados 32/78 y 36/78 a 82/78, Rec. 1979.
([277]) Sentencia del Tribunal en el asunto IAZ,véase la nota 270.

(360) Haacht no negó los hechos materiales constitutivos de la infracción según la Comisión. No obstante, la información transmitida a la Comisión por Haacht no fue más allá de la respuesta a la solicitud oficial de información que la Comisión le envió el 22 de marzo de 2000, de conformidad con lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 11 del Reglamento nº 17.

(361) Por lo tanto Haacht puede obtener una reducción del 10 % de la multa, con arreglo al segundo guión del punto D.2 de la Comunicación.

(362) Martens, en su respuesta al pliego de cargos, negó la existencia de la infracción tal como la describía la Comisión en dicho pliego de cargos. Además, la información que Martens transmitió a la Comisión antes del envío del pliego de cargos no iba más allá de la respuesta a la solicitud oficial de información de la Comisión, dirigida a esta empresa el 22 de marzo de 2000, de conformidad con lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 11 del Reglamento nº 17.

(363) Los documentos que Martens proporcionó a la Comisión, después del envío del pliego de cargos, solamente pretendían apoyar los medios de defensa de Martens o indicaban la posible existencia de otra infracción de las normas de competencia. Estas dos circunstancias no pueden sin embargo suponer una reducción del importe de la multa impuesta a Martens por su participación en el acuerdo sobre marcas propias.

(364) No obstante, Martens cooperó en el procedimiento de tal forma que agilizó el desarrollo del mismo. Esta cooperación de Martens justifica una reducción del 10 % de la multa, de conformidad con el punto D de la Comunicación.

9.2.2.8. Conclusiones en cuanto al importe de las multas

(365) Debido a su participación en el acuerdo sobre marcas propias, se impone una multa de 812 000 EUR a Interbrew.

(366) Debido a su participación en el acuerdo sobre marcas propias, se impone una multa de 585 000 EUR a Alken-Maes.

(367) Debido a su participación en el acuerdo sobre marcas propias, se impone una multa de 270 000 EUR a Haacht.

(368) Debido a su participación en el acuerdo sobre marcas propias, se impone una multa de 270 000 EUR a Martens.

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

Artículo 1

Interbrew NV, Brouwerijen Alken-Maes NV y el Grupo Danone SA han infringido el apartado 1 del artículo 81 del Tratado al participar en un conjunto complejo de acuerdos y/o prácticas concertadas, referentes entre otras cosas a un pacto general de no agresión, a los precios y las promociones en el comercio minorista, al reparto de la clientela en el sector hostelero (que incluía la hostelería «clásica» y los clientes nacionales), a la limitación de las inversiones y la publicidad en el mercado hostelero, a una nueva estructura de precios aplicable a los sectores hostelero y del comercio minorista y al intercambio de informaciones sobre ventas en estos dos sectores, y todo ello durante el período del 28 de enero de 1993 al 28 de enero de 1998.

Artículo 2

Se imponen las multas siguientes a Interbrew NV y a Groupe Danone SA, en razón de las infracciones contempladas en el artículo 1:

a) a Interbrew NV: una multa de 45,675 millones EUR;

b) a Grupo Danone SA: una multa de 44,043 millones EUR.

Artículo 3

Interbrew NV, Brouwerijen Alken-Maes NV, NV Brouwerij Haacht y NV Brouwerij Martens han infringido el apartado 1 del artículo 81 del Tratado, al participar en una práctica concertada referente los precios, al reparto de los clientes y al intercambio de información, en el segmento de las cervezas vendidas en Bélgica con marca propia, y todo ello durante el período del 9 de octubre de 1997 al 7 de julio de 1998.

Artículo 4

Se imponen las multas siguientes a Interbrew NV, Brouwerijen Alken-Maes NV, NV Brouwerij Haacht y NV Brouwerij Martens, en razón de las infracciones contempladas en el artículo 3:

a) a Interbrew NV: una multa de 812 000 EUR;

b) a Brouwerijen Alken-Maes NV: una multa de 585 000 EUR;

c) a NV Brouwerij Haacht: una multa de 270 000 EUR;

d) a NV Brouwerij Martens: una multa de 270 000 EUR.

Artículo 5

Las empresas enumeradas en los artículos 2 y 4 abonarán las multas en el plazo de tres meses a partir de la notificación de la presente Decisión, mediante ingreso en la siguiente cuenta bancaria de la Comisión Europea:

Cuenta nº 642-0029000-95 (Código IBAN BE76 6420 0290 0095; Código SWIFT BBVABEBB), de la Comisión Europea, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), Avenue des Arts 43, B-1040 Bruselas.

Transcurrido el plazo contemplado en el primer párrafo, se devengarán automáticamente intereses al tipo de interés aplicado por el Banco Central Europeo a sus principales operaciones de refinanciación el primer día laborable del mes en el que se adoptó la presente decisión, incrementado en 3,5 puntos porcentuales.

Artículo 6

Los destinatarios de la presente decisión serán:

a) Interbrew NV, Vaartstraat 94, B-3000 Leuven;

b) Groupe Danone SA, 7 Rue de Tehéran, F-75008 París;

c) Alken-Maes NV, Waarloosveld 10, B-2550 Waarloos;

d) NV Brouwerij Haacht, Provinciesteenweg 28, B-3190 Boortmeerbeek;

e) NV Brouwerij Martens, Reppelerweg 1, B-3950 Bocholt.

La presente Decisión será ejecutoria de conformidad con el artículo 256 del Tratado CE.

Hecho en Bruselas, el 5 de diciembre de 2001.

Por la Comisión

Mario MONTI

Miembro de la Comisión