

## EUROOPA KOHTU OTSUS

9. november 1983\*

[...]

Kohtuasjas 322/81,

**NV Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin**, registrijärgne asukoht 's-Hertogenbosch, esindajad: advokaadid Ivo van Bael ja Jean-François Bellis Brüsseli advokatuurist ja advokaat Dominique Borde Pariisi advokaadibüroost Siméon Moquet Borde & associés, kohtudokumentide kättetoimetamise aadress Luxembourgis: advokaadibüroo Elvinger & Hoss, 15 Côte d'Eich,

hageja,

ja

**Prantsuse Vabariik**, esindaja: välisministeeriumi õigusosakonna asedirektor Noël Museux, keda abistas kaasesindajana välisasjade sekretär Alexandre Carnelutti, kohtudokumentide kättetoimetamise aadress Luxembourgis: Prantsuse suursaatkond, 2 rue Bertholet,

menetlusse astuja,

*versus*

**Euroopa Ühenduste Komisjon**, esindajad: komisjoni õigustalituse ametnikud Giuliano Marengo ja Pieter Jan Kuyper, kohtudokumentide kättetoimetamise aadress Luxembourgis: komisjoni õigustalituse ametniku Oreste Montalto büroo, bâtiment Jean Monnet,

kostja,

mille esemeks on nõue tühistada EMÜ asutamislepingu artikli 86 alusel tehtud Euroopa Ühenduste Komisjoni 7. oktoobri 1981. aasta otsus (IV/29.491 – Bandengroothandel Frieschebrug BV / NV Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin, EÜT L 353, lk 33),

EUROOPA KOHUS,

koosseisus: president J. Mertens de Wilmars, kodade esimehed T. Koopmans, K. Bahlmann ja Y. Galmot, kohtunikud P. Pescatore, A. J. Mackenzie Stuart, A. O'Keefe, O. Due ja U. Everling,

---

\* Kohtumenetluse keel: prantsuse.

kohtujurist: P. VerLoren van Themaat,

kohtusekretär: P. Heim,

on teinud järgmise

### **otsuse**

[...]

### **Põhjendused**

1. Euroopa Kohtu kantseleisse 28. detsembril 1981 esitatud hagiavaldusega esitas Madalmaade õiguse alusel asutatud äriühing NV Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin, registrijärgne asukoht 's-Hertogenbosch (edaspidi „Michelin NV”), EMÜ asutamislepingu artikli 173 teise lõigu alusel hagi EMÜ asutamislepingu artikli 86 alusel tehtud komisjoni 7. oktoobri 1981. aasta otsuse (IV/29.491 – Bandengroothandel Frieschebrug BV / NV Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin, EÜT L 353, lk 33) tühistamiseks, või teise võimalusena kõnealuse otsuse artikli 2 tühistamiseks, millega Michelin NV-le määratakse trahv, või nimetatud trahvi vähendamiseks.

2. Michelin NV on Michelin grupi Madalmaade tütarettevõte. Ta vastutab Michelin rehvide tootmise ja müügi eest Madalmaades, kus tal on uusi kaubiku- ja veokirehve tootev tehas.

3. Kõnealuse otsuse artiklis 1 märkis komisjon, et Michelin NV rikkus veokite, busside ja sarnaste sõidukite uute asendusrehvide turul ajavahemikul 1975–1980 EMÜ asutamislepingu artiklit 86, kuna ta:

a) sidus endaga Madalmaade rehvimüüjad, tehes konkreetsetel juhtudel „müügieesmärkidest” ja allahindlusprotsentidest olenevaid valikulisi allahindlusi, mida selgesõnaliselt kirjalikus vormis ei kinnitatud, ning kohaldas müüjatele samaväärsete tehingute puhul erinevaid tingimusi; ja

b) andis 1977. aastal veokite, busside ja sarnaste sõidukite rehvide ning sõiduautorehvide müügilt lisapreemiat olenevalt sõiduautorehvide „müügieesmärkide” saavutamisest.

Artikliga 2 määras komisjon Michelin NV-le 680 000 eküü ehk 1 833 184,80 Hollandi kuldna suuruse trahvi.

4. Hageja, keda toetab Prantsuse Vabariigi valitsus, on kõnealuse otsusega seoses esitanud vastuväited, mille sisu on lühidalt järgmine:

I. Komisjoni haldusmenetlus ei olnud nõuetekohane, kuna:

1) komisjon ei esitanud Michelin NV-le haldusmenetlusega seotud dokumente, eelkõige kasutajate ja Michelin NV konkurentide seas korraldatud küsitluse tulemusi;

2) oma otsuses ei maininud komisjon ärakuulamise tulemusi ega tunnistajate ja ekspertide poolt kuulamisel antud ütlusi; ja

3) komisjon ei avaldanud haldusmenetluse käigus kriteeriume, mille alusel ta kavatses trahvi määrata.

II. Komisjon käsitas Michelin NV-d ekslikult turguvalitseva ettevõttena, tuginedes:

1) asjaomase ühisturu olulise osa ebaõigele määratlusele; ja

2) ebaõigele hinnangule Michelin NV seisundi kohta konkurentide suhtes, pidades silmas:

a) Michelin NV turuosa asjaomaste toodete turul, eelkõige kõnealuse turu määratlust; ja

b) muid tõendeid, mis kinnitavad või ei kinnita turguvalitseva seisundi olemasolu.

III. Komisjon otsustas ekslikult, et:

1) Michelin NV allahindlustesüsteem ja

2) lisapreemia andmine aastal 1977

on käsitatavad kuritarvitusena asutamislepingu artikli 86 tähenduses.

IV. Komisjon leidis ekslikult, et kõnealune tegevus võis kahjustada liikmesriikidevahelist kaubandust.

V. Komisjon ei oleks tohtinud Michelin NV-le trahvi määrata või oleks igal juhul pidanud määrama väiksema trahvi.

*I – Haldusmenetluse korrektsus*

*1) Asjaga seotud dokumentide esitamatajätmine*

5. Hageja väidab, et komisjoni tegevus rikkus tema kaitseõigust, kuna tal ei võimaldatud haldusmenetluse käigus tutvuda toimikus sisalduvate dokumentidega. See kaebus on siiski

selgesõnaliselt esitatud üksnes komisjoni poolt teatavate müüjate seas Michelin NV konkurentide allahindlustavade osas läbi viidud küsitluse tulemuste kohta.

6. Komisjon väidab vastu, et ta ei kasutanud otsuse tegemisel kõnealuse uuringu tulemusi, kuna need pelgalt kinnitasid teavet, mida ta oli Michelin NV-lt juba saanud. Ta väidab, et nõukogu 6. veebruari 1962. aasta määruse nr 17 artikli 20 kohaselt oli ta kohustatud uurimise käigus kogutud teavet mitte avalikustama, kuna see käsitles Michelin NV konkurentide allahindlussüsteeme.

7. Sellega seoses tuleb meenutada, et kaitseõigus on ühenduse õiguse aluspõhimõtte ning haldusmenetluses, mis võib viia karistuste määramiseni asutamislepinguga ette nähtud konkurentsireeglite alusel, peab komisjon seda järgima. Kaitseõiguse tagamiseks tuleb muu hulgas võimaldada asjaomasel ettevõtjal anda vabalt selgitusi dokumentide kohta, mida komisjon väidetava rikkumise tõendamiseks kasutab.

8. Kui komisjon otsustas, et uurimise käigus saadud teave kuulus ärisaladuse avaldamise keelu alla, oli ta määruse nr 17 artiklist 20 tulenevalt kohustatud seda teavet Michelin NV-le mitte avalikustama. Seega ei tohtinud ta kõnealust teavet kasutada antud asjas tehtud otsuse põhjendamiseks, juhul kui avalikustamata jätmine vähendas Michelin NV võimalusi väljendada oma seisukohti teabe õigsuse või sisu osas või järelduste osas, mida komisjon selle teabe alusel tegi.

9. Kõnealuse otsuse põhjendustes ei viidata aga kordagi selgesõnaliselt kõnealusele uuringule. Ka ei nähtu otsusest, et komisjon oleks toimiku sellele osale kaudselt tuginenud. Kuigi komisjon ei viita oma otsuses Michelin NV konkurentide allahindluspoliitikale, viitab ta sellele üldistes märkustes, mida Michelin NV ei ole aga ühelgi menetlusetapil vaidlustanud ning mis ei ole Michelin NV tegevuse hindamise seisukohalt olulised. Kõnealust uuringut ei võetud arvesse ka asja menetlemisel Euroopa Kohtus.

10. Asjaolust, et komisjon ei viidanud otsuse põhjendustes kõnealuse uuringule, ei piisa siiski Michelin NV väite tagasilükkamiseks. Et seda teha, tuleb lisaks tõendada, et otsus põhines tegelikult muudel otsuse vastuvõtmist õigustavatel asjaoludel; see teema kuulub sisuliste küsimuste hulka.

## *2) Kuulamise tulemuste ning tunnistajate ja ekspertide ütluste äramärkimata jätmine*

11. Et tõendada haldusmenetluse ebakorrektsust, väidab hageja lisaks, et komisjon ei maininud oma otsuses haldusmenetluse käigus toimunud kuulamise tulemusi ega ütlusi, mida tunnistajad ja eksperdid kuulamise käigus andsid.

12. Selle väitele vastates viitab komisjon oma otsuse paljudele lõikudele, milles hageja argumendid ümber lükatakse, ning märgib, et ta võttis arvesse kõiki menetluse käigus kogutud tõendeid ja antud ütlusi.

13. Hageja väidab sisuliselt, et otsus ei sisalda nõuetekohaseid põhjendusi.

14. Sellega seoses tuleb meenutada, et kuigi asutamislepingu artikliga 190 kohustatakse komisjoni ära märkima kõik otsuse aluseks olevad asjaolud ja otsuse tegemisel arvesse võetud kaalutlused, ei nõua see, et komisjon märgiks otsuses ära kõik haldusmenetluse käigus käsitletud faktilised ja õiguslikud asjaolud.

15. Kõnealuse otsuse põhjendustes märgib komisjon ära otsuse aluseks olevad faktilised ja õiguslikud asjaolud. Lisaks viitab ta mitmel korral selgesõnaliselt tunnistajate poolt kuulamisel antud ütlustele ning Michelin NV poolt menetluse käigus esitatud argumentide vastustele.

16. Seega ei saa nõustuda väitega, et otsuse põhjendav osa on ebapiisav.

*3) Haldusmenetluse käigus nende kriteeriumite avalikustamatajätmine, mille alusel komisjon kavatses trahvi määrata*

17. Hageja leiab, et komisjon rikkus kaitseõigust, kuna jättis haldusmenetluse käigus avalikustamata kriteeriumid, mille alusel ta kavatses võimaliku trahvi määrata.

18. Vastuseks sellele väitele märgib komisjon, et trahvisumma kindlaksmääramiseks kasutatavad täpsed kaalutlused selguvad haldusmenetluse käigus, mistõttu ta ei saa antud küsimust ette ära otsustada enne ettevõtja ärakuulamist.

19. Sellega seoses tuleb üksnes meenutada, nagu Euroopa Kohus leidis oma 7. juuni 1983. aasta otsuses liidetud kohtuasjades 100–103/80: *Musique Diffusion Française* jt v komisjon: (EKL 1983, lk 1825), et kavandatavate trahvide suuruse prognoosimist enne ettevõtjalt tema vastu esitatud süüdistuste kohta selgituste küsimist võiks käsitada komisjoni otsuse ennustamisena, mis oleks kohatu.

20. Oma 5. märtsil 1980 esitatud vastuväidetes märkis komisjon selgesõnaliselt, et ta kavatses Michelin NV-le määrata trahvi, mille summa oleneb tõsiseks peetava rikkumise kestusest ja raskusastmest. Seda tehes jättis komisjon Michelin NV-le võimaluse kaitsta end mitte üksnes rikkumise tuvastamise, vaid ka trahvi määramise vastu.

21. Seepärast ei saa ka selle väitega nõustuda ning tuleb järeldada, et komisjoni haldusmenetluse väidetav ebakorrektsus ei ole tõendamist leidnud.

## *II – Michelin NV turguvalitsev seisund*

22. Kõnealuse otsuse sisu käsitlevas esimeses väidete kogumis leiab hageja, et tal puudub Madalmaades raskesõidukite uute asendusrehvide turul turguvalitsev seisund. Ta väidab, et komisjoni hinnang tema turuseisundile on ekslik esiteks seepärast, et komisjon piirdus analüüsis üksnes Madalmaade turuga ning tugines asjaomase toote turu ebaõigele määratlusele, ning teiseks seepärast, et turguvalitseva seisundi kindlakstegemisel võeti arvesse ebaolulisi asjaolusid ning jäeti tähelepanuta asjaolud, mis välistavad kõnealuse seisundi olemasolu.

### *1) Asjaomane ühisturu oluline osa*

23. Selle punkti all vaidlustab hageja esiteks komisjoni seisukoha, et ühisturu oluline osa, kus tal on turguvalitsev seisund, on Madalmaad. Michelin NV leiab, et selline geograafiline turu määratlus on liiga kitsas. Selle vastu räägib asjaolu, et komisjon ise lähtus oma otsuse tegemisel Michelin grupi kui tervikuga seotud aspektidest, näiteks tehnoloogilisest juhtpositsioonist ja tugevast finantsseisundist, mis hageja arvates seonduvad palju laiemal turuga, võib-olla isegi maailmatasemel. Ka Michelin NV peamised konkurendid tegutsevad ülemaailmselt.

24. Komisjon leiab, et see vastuväide ei puuduta niivõrd turu määratlust, kui võrd turguvalitseva seisundi kindlakstegemise kriteeriume. Kuna üldjuhul müüvad rehvitootjad erinevate riikide turudel oma tooteid neis riikides asuvate tütarettevõtjate vahendusel, siis konkureerib Michelin NV Madalmaade turul.

25. Sellega seoses tuleb märkida, et komisjon ei adresseerinud oma otsust Michelin grupile kui tervikule, vaid üksnes selle Madalmaade tütarettevõtjale, mille tegevus keskendub Madalmaade turule. On teada, et ka Michelin NV peamised konkurendid tegutsevad Madalmaades oma gruppide Madalmaade tütarettevõtjate kaudu.

26. Komisjoni süüdistus puudutab Michelin NV käitumist rehvimüüjate suhtes ning eelkõige allahindluspoliitikat. Selles osas on Euroopa või isegi maailma tasandil konkureerivate gruppide kaubanduspoliitika üldjuhul kohandatud vastavalt igal turul valitsevatele konkreetsetele tingimustele. Madalmaades asuvad müüjad saavad tegelikkuses oma tarned üksnes Madalmaades tegutsevatest tarnijatelt. Seepärast leidis komisjon õigesti, et Michelin NV konkureerib peamiselt Madalmaade turul ning sellel tasandil on müüjatele kehtivad objektiivsed konkurentsitingimused sarnased.

27. See seisukoht ei ole seotud küsimusega, kas antud olukorras võib asjaomase toote turul turguvalitseva seisundi olemasolu kohta otsust tehes arvesse võtta asjaolusid, mis seonduvad Michelin grupi ja tema konkurentide kui tervikute seisundiga palju laiemal turul.

28. Seega on antud juhul ühisturu oluliseks osaks Madalmaad ning Michelin NV seisundit tuleb hinnata Madalmaade turu tasandil.

### *2) Hinnang Michelin NV seisundile konkurentide suhtes*

29. Enne, kui asuda täpsemalt läbi vaatama väiteid ja argumente seoses Michelin NV seisundi hindamisega tema konkurentide suhtes, tuleb meenutada, nagu Euroopas Kohus leidis viimati oma 13. veebruari 1979. aasta otsuses kohtuasjas 85/76: Hofmann - La Roche v komisjon (EKL 1979, lk 461), et asutamislepingu artikliga 86 viiakse ellu asutamislepingu artikli 3 punktis f sätestatud ühenduse tegevuse üldeesmärki, milleks on konkurentsimoonusi vältiva süsteemi sisseseadmine ühisturul.

30. Seetõttu keelab artikkel 86 ettevõtjatel ühisturul või selle olulises osas turguvalitseva seisundi kuritarvitamise, juhul kui see võib kahjustada liikmesriikidevahelist kaubandust, ehk siis ettevõtjal keelatakse kuritarvitada oma tugevat majandusseisundit, mille abil tal on võimalik takistada tõhusa konkurentsi säilimist asjaomasel turul, kuna ta saab tegutseda konkurentidest ja klientidest ning lõpuks ka tarbijatest olulisel määral sõltumata.

31. Erinevaid kriteeriume ja tõendeid, millele pooled turguvalitseva seisundi olemasoluga seoses tuginevad, tuleb käsitleda selles kontekstis. Need seonduvad esiteks Michelin NV turuosaga asjaomase toote turul ning teiseks muude teguritega, mida tuleb arvesse võtta, et hinnata Michelin NV seisundit konkurentide, klientide ja tarbijate suhtes.

*a) Michelin NV turuosa asjaomase toote turul*

32. Esiteks väidab hageja, et tal puudub selline turuosa, mille komisjon turguvalitseva seisundi tuvastamisel aluseks võttis, ning leiab, et komisjoni otsuse aluseks olev asjaomase toote turu määratlus on kunstlik ja meelevaldne.

33. Komisjon tugines oma otsuses asjaolule, et ajavahemikul 1975–1980 oli Michelin NV turuosa Madalmaades veokite, busside ja sarnaste sõidukite uute asendusrehvide turul 57–65%, samas kui tema peamiste konkurentide turuosade suurus oli üksnes 4–8%.

34. Michelin ei vaidlusta neid arve, kuid leiab, et komisjon ei võtnud arvesse seoseid konkureerivate toodetega, jättes kõrvale eelkõige sõiduauto- ja kaubikurehvid ja taastatud rehvid: näiteks kui arvesse võtta ka taastatud raskesõidukirehve, siis on Michelin NV turuosa vaid umbes 37%, mis ei ole käsitatav turguvalitseva seisundina.

*aa) Raskesõidukite asendusrehvide turg*

35. Hageja väidab, et komisjoni otsuse aluseks võetud asjaomase turu määratlus on ühelt poolt liiga lai, kuna tarbija jaoks ei ole erinevat liiki ja erinevate mõõtmetega raskesõidukirehvid omavahel asendatavad, ning teiselt poolt liiga kitsas, kuna arvesse ei võeta sõiduauto- ja kaubikurehve, millel on turul sarnane koht. Ta väidab lisaks, et komisjoni otsuse põhjendus on vastuoluline, kuna selles käsitleb komisjon teemat vaheldumisi lõpptarbija ja müüja seisukohalt. Müüjate kogumüügist moodustab Michelin raskesõidukirehvide keskmine müügiimaht aga üksnes 12–18%, mis välistab turguvalitseva seisundi olemasolu täielikult.

36. Komisjon kaitseb oma otsuses kasutatud asjaomase turu määratlust, juhtides tähelepanu, et tehniliselt homogeense toote puhul ei ole võimalik eristada turge toodete mõõtude, suuruse või eri liikide järgi: selles osas tuleb arvesse võtta erinevat liiki ja erinevate mõõtudega rehvide vahelist tarneelastsust. Teiselt poolt on võimalik omavahelise asendatavuse ja nõudluse elastsuse alusel eristada raskesõidukirehvide ja sõiduautorehvide turge, pidades silmas nõudluse erilist struktuuri, mida raskesõidukirehvide puhul iseloomustab eelkõige kogenud kutseliste ostjate olemasolu.

37. Nagu Euroopa Kohus on korduvalt rõhutanud, viimati oma 11. septembri 1980. aasta otsuses kohtuasjas 31/80: L'Oréal (EKL 1980, lk 3775), tuleb ettevõtte võimaliku turguvalitseva seisundi uurimiseks konkreetsel turul võtta konkurentsivõimaluste hindamisel aluseks selliselt määratletud turg, kus pakutavad tooted on oma laadist tulenevalt eriti sobivad püsivajaduste rahuldamiseks ning on teiste toodetega asendatavad üksnes piiratud ulatuses. Tuleb siiski märkida, et asjaomase turu kindlaksmääramine aitab hinnata, kas asjaomasel ettevõttel on võimalik takistada tõhusa konkurentsi säilimist ning tegutseda konkurentidest, klientidest ja tarbijatest olulisel määral sõltumata. Seepärast ei saa uurimine antud juhul piirduda üksnes asjaomaste toodete objektiivsete omadustega, vaid arvesse tuleb võtta ka konkurentsitingimusi ning pakkumise ja nõudluse struktuuri asjaomasel turul.

38. Lisaks leppisid komisjon ja Michelin NV just sel põhjusel kokku, et turuosade hindamisel ei võeta arvesse sõidukite tehasevarustusse kuuluvaid uusi rehve. Pidades silmas selliste rehvide nõudluse erilist struktuuri, mida iseloomustavad autootjate otsetellimused, kehtivad selles valdkonnas sootuks erinevad konkurentsitingimused ja eeskirjad.

39. Seoses asendusrehvidega tuleb esiteks märkida, et kasutaja tasandil ei ole ühelt poolt sõiduauto- ja kaubikurehvid ja teiselt poolt raskesõidukirehvid omavahel asendatavad. Seepärast ei mõjuta sõiduauto- ja kaubikurehvid mingil viisil konkurentsi raskesõidukirehvide turul.

40. Erinev on ka nende tootegruppide nõudluse struktuur. Enamik raskesõidukirehvide ostjaist on kutselised kasutajad, eelkõige veoettevõtjad, kelle jaoks, nagu selgitas komisjon, on asendusrehvide ostmine oluline kuluartikkel ning kes soovivad oma rehvimüüjatelt pidevalt oma erivajadustele vastavat nõustamist ja pikaajalisi spetsialiseeritud teenuseid. Keskmise sõiduauto- või kaubikurehvide ostja aga ostab rehve harva ning isegi kui ostja on ettevõtja, ei soovi ta sarnast spetsialiseeritud nõustamist ega konkreetsetele vajadustele vastavat teenindust. Seega on raskesõidukirehvide jaoks tarvis erilist spetsialiseeritud müügivõrgustikku, mis sõiduauto- ja kaubikurehvide müügi puhul ei ole vajalik.

41. Lõpetuseks tuleb märkida, et raskesõidukirehvide ja sõiduautorehvide vahel puudub tarneelastsus, kuna nende tootmismeetodid ning tootmiseks vajalikud seadmed on väga erinevad. Kuna kergesõidukirehvide tootmise ümberkorraldamine selliselt, et saaks toota raskesõidukirehve, nõuab aega ja märkimisväärseid investeeringuid, kusjuures sama kehtib ka vastupidisel juhul, siis ei ole nende kahe rehviiliigi vahel arvestatavaid seoseid, mis võimaldaksid kohandada tootmist vastavalt turunõudlusele. Lisaks otsustas Michelin NV just sel põhjusel 1977. aastal, mil raskesõidukirehvide pakkumine oli ebapiisav, anda lisapremiat, selle asemel, et kasutada nõudluse rahuldamiseks sõiduautorehvide üleliigset tootmisvõimsust.

42. Komisjon tegi õigesti, kui uuris turu ja nõudluse struktuuri eelkõige nende müüjate tasandil, kellele Michelin NV kõnealust soodustust andis. Michelin NV on ise selgitanud, kuigi teises kontekstis, et ta oli sunnitud muutma oma allahindlustesüsteemi tulenevalt müüjate suundumusest spetsialiseerumisele, kuna osa müüjaid, näiteks remonditöökojad, loobusid raskesõiduki- ja kaubikurehvide müümisest. See kinnitab, et erinevate müüjate



gruppide puhul on nõudluse struktuur erinev. Michelin NV ei ole vaidlustanud ka raskesõidukirehvide, kaubikurehvide ja sõiduautorehvide eristamist oma konkurentide puhul, eriti allahindluste osas, kuigi mõningate rehvi liikide puhul kasutavad erinevad tootjad mõnevõrra erinevat liigitust.

43. Asjaolust, et käesoleva juhtumi puhul kõne all olev praktika mõjutab müüjaid, ei saa siiski järeldada, et Michelin NV seisundit tuleks hinnata lähtuvalt Michelin raskesõidukirehvide osakaalust müüjate kogukäibes. Kuna uurimise eesmärk on teha kindlaks, kas Michelin NV-l on teatavate toodete osas turguvalitsev seisund, siis ei ole oluline, et samad müüjad müüvad ka muid tooteid, juhul kui need tooted ja antud juhul asjassepuutuvad tooted omavahel ei konkureeri.

44. Teiselt poolt, kuna erinevate mõõtudega raskeveokite rehvide vahel puudub tarneelastsus, sest tootmistingimused on erinevad, ning kasutajate konkreetsetest vajadustest tulenevalt ei ole need rehvi liigid ja rehvimõõdud omavahel asendatavad ega elastse nõudlusega, siis ei ole turguvalitseva seisundi kindlakstegemisel võimalik nende liikide ja mõõtude alusel eristada mitmeid väiksemaid turge, nagu väidab Michelin NV. Rehvi liikide ja rehvimõõtude erisused ei oma müüjate jaoks olulist tähtsust, kuna nad peavad rahuldama klientide nõudluse igat liiki raskesõidukirehvide osas. Lisaks, kuna asjaomased ettevõtjad ei ole spetsialiseerunud, ei oma kõnealused toote liigi ja mõõtude erisused ettevõtja turuseisundi kindlakstegemise seisukohalt olulist tähtsust, kuna tulenevalt nende sarnasusest ning omavahelisest täiendavusest tehnilisel tasandil valitsevad turul antud toote kõikide liikide ja mõõtude puhul samad konkurentsitingimused.

45. Seega tegi komisjon õigesti, hinnates Michelin NV turguvalitseva seisundi kindlakstegemisel tema turuosa veokite, busside ja sarnaste sõidukite asendusrehvide vallas ning jättes kõrvale sõiduauto- ja kaubikurehvid.

*bb) Taastatud rehvidest tuleneva konkurentsi arvessevõtmine*

46. Tõendamaks, et tema turuosa on komisjoni väidetust väiksem, väidab hageja ka, et komisjon jättis asjaomase turu määratlusest meelevaldselt välja taastatud rehvid; hageja leiab, et need pakuvad tarbijale nii kvaliteedi kui ka hinna seisukohalt tõelist alternatiivi. Selle argumendi toetuseks esitab Michelin NV mitmeid arvutusi, mille eesmärk on näidata taastatud rehvide konkurentsivõimelisust võrreldes uute rehvidega.

47. Komisjon leiab, et taastatud rehve ei saa lugeda asjaomasele turule kuuluvateks, kuna need ei ole uute rehvide asendustooted. See tuleneb tema väitel esiteks asjaolust, et tarbijad peavad neid ohtlikumateks; teiseks valmistatakse suurem osa taastatud rehve veoettevõtjate endi tellimusel ning antud turg on seega teenuseturg; lõpetuseks, kuna taastatud rehvid on uute rehvidega võrreldes teisene toode ja uued rehvid on igal juhul taastatud rehvide tooraineks ning see takistab olulisel määral nende asendamist taastatud rehvidega, siis tuleb konkurentsi hinnata esmasel turul, kuna see on kogu turu seisukohalt võtmetähtsusega.

48. Sellega seoses tuleb esiteks meenutada, et kuigi kahe toote vaheline konkurents ei eelda nende täielikku omavahelist asendatavust igas olukorras, ei ole konkreetse toote puhul turguvalitseva seisundi kindlakstegemiseks nõutav, et teistest seda osaliselt asendavatest toodetest tulenev konkurents täielikult puuduks, juhul kui see konkurents ei takista ettevõtjat olulisel määral mõjutamast kõnealuse konkurentsi osutamise tingimusi või vähemalt tegutsemast selliselt, et ta ei võta kõnealust konkurentsi olulisel määral arvesse, ilma et selline käitumine tooks talle mingit kahju.

49. Poolte seletustes ning haldusmenetluses tunnistajate poolt antud ütlustes esitatud faktide põhjal on selge, et uued rehvid ja taastatud rehvid on kahtlemata osaliselt omavahel asendatavad, kuid üksnes piiratud ulatuses ning mitte kõigi kasutusotstarvete puhul. Kuigi Michelin NV on esitanud arvutusi tõendamaks, et taastatud rehvide hind ja kvaliteet on uute rehvidega võrreldavad ning paljud kasutajad peavad neid kaht tooteliiki enda jaoks tõepoolest omavahel asendatavateks, on siiski tunnistatud, et ohutuse ja töökindluse seisukohalt võib taastatud rehvi väärtus olla uue rehvi omast väiksem ning lisaks on komisjon tõendanud, et paljudel kasutajatel on taastatud rehvide kasutamise, eelkõige sõiduki esiteljel kasutamise osas teatavaid reservatsioone, mis võivad olla põhjendamatud, kuid võivad olla ka põhjendatud.

50. Et hinnata kõnealuse piiratud konkurentsi mõju Michelin NV turuseisundile, tuleb meeles pidada, et vähemalt osa taastatud rehvidest ei lasta müügil, vaid valmistatakse kasutaja tellimuse alusel, kuna osa veoettevõtjaid soovivad lasta taastada enda rehvipõhju, kindlustamaks et nad ei saa kahjustatud rehvipõhju. Tuleb tunnistada, et pooled ei ole suutnud kokku leppida, kui suur osa rehvidest taastatakse sellise teenuse raames; komisjoni hinnangul on see osa 80–95%, Michelin NV aga väidab, et üksnes 15–20%, kusjuures enamikul juhtudest on tellijaks müüja, mitte aga kasutaja. Hoolimata poolte sellisest lahkavusest võib öelda, et osa tarbijani jõudvatest taastatud rehvidest ei konkureeri uute rehvidega, kuna taastamisettevõtjad tarnivad need teenustööna otse kasutajatele.

51. Hinnates Michelin NV turuosa suurust võrreldes konkurentidega ei tohi tähelepanuta jätta ka asjaolu, et taastatud rehvide turg on teine turg, mis sõltub uute rehvide turul valitsevast pakkumisest ja hindadest, kuna kõik taastatud rehvid valmistatakse rehvidest, mis olid algselt uued rehvid, ning iga rehvi saab taastada üksnes piiratud arv kordi. Seepärast on vältimatu, et oluline osa nõudlusest rahuldatakse alati uute rehvidega. Sellises olukorras annab turguvalitsev seisund uute rehvide turul ettevõtjale eelise taastamisettevõtjate ees ning see võimaldab tal käituda turust sõltumatumalt, kui see oleks võimalik taastamisettevõtjal.

52. Eeltoodud kaalutlustest nähtub selgelt, et uute rehvide tootjatele taastamisettevõtjate poolt osutatav osaline konkurents ei ole piisav, et jätta uute rehvide tootja ilma majanduslikust jõust, mille ta on omandanud tänu turguvalitsevale seisundile uute rehvide turul. Seepärast tegi komisjon õigesti, kui hindas Michelin NV seisundit oma konkurentide tugevuse ja arvu suhtes lähtuvalt hinnangust, et tema turuosa raskesõidukite uute asendusrehvide turul on 57–65%. Võrreldes Michelin NV peamiste konkurentide turuosadega, mille suurus on 4–8%, on selline turuosa selge tõend Michelin NV turguvalitsevast tugevusest oma konkurentide suhtes, isegi kui võtta arvesse mõningast konkurentsi, mida osutavad taastatud rehvid.

*b) Muud kriteeriumid ja tõendid, mis kinnitavad või ei kinnita turguvalitseva seisundi olemasolu*

53. Järgmiseks vaidlustab hageja muud kriteeriumid ja tõendid, mida komisjon kasutas turguvalitseva seisundi kindlakstegemiseks. Ta väidab, et ta ei ole ainus ettevõtja, kellel on müügiesindajad, et tema peamiste konkurentide töötajate arv on suhteliselt isegi suurem ning et tema laia tootevalikut ei saa käsitleda konkurentsieelisena, kuna eri liiki rehvid ei ole omavahel asendatavad ning ta ei sunni müüjaid ostma kogu oma rehvi valikut.

54. Lisaks väidab ta, et komisjon jättis arvesse võtmata mitmed tõendid, mis rääkisid turguvalitseva seisundi olemasolu vastu. Näiteks on müüjate marginaalid Michelin rehvide puhul võrreldavad konkureerivate rehvidega ning kui võtta arvesse kulu kilomeetri kohta, siis on Michelin rehvid kasutaja jaoks soodsaimad. Michelin on alates 1979. aastast tegutsenud kahjumiga. Kuna tema tootmisvõimsus on ebapiisav, võivad konkurendid, kelle finantsseisund on tugevam ja kelle tegevus on Michelin grupi omast mitmekesisem, igal ajal asendada tema tarnitavad kogused. Lisaks, kuna raskesõidukirehvide kasutajad on kogenud kutselised ostjad, siis saavad nad rehvitootjatele vastukaalu pakkuda.

55. Neile argumentidele vastates tuleb esiteks silmas pidada, et Michelin NV ja tema konkurentide suhtelise majandusliku tugevuse hindamiseks Madalmaade turul tuleb arvesse võtta eeliseid, mida need ettevõtjad võivad saada kuulumisest kogu Euroopas või isegi kogu maailmas tegutsevatesse kontsernidesse. Nende eeliste seas, millele komisjon oma otsuses viitab, on Michelin grupi juhtpositsioon oma konkurentide ees investeringute ja teadusuuringute vallas ning tema eriti lai tootevalik, mida ei ole vaidlustatud. Teatavate rehvi liikide puhul on Michelin turul ainus tarnija, kelle tootevalik selliseid tooteid sisaldab.

56. See olukord tagab, et Madalmaade turul eelistab suur osa raskesõidukirehvide kasutajatest tugevalt just Michelin rehve. Kuna rehvi ostud on veoettevõtja jaoks märkimisväärne investering ning konkreetse kaubamärgi või rehvi kulusäästlikkuse kindlakstegemine nõuab praktikas palju aega, siis on Michelin oma seisundist tulenevalt konkurenti suhtes suuresti immuunne. Seepärast on kõik Madalmaades asuvad müüjad üldjuhul sunnitud müüma Michelin rehve.

57. Vastuvõetavad ei ole Michelin NV poolt nende argumentide suhtes esitatud vastuväited, mida toetab ka Prantsuse valitsus, et Michelin NV-d karistatakse antud juhul tema toodete ja teenuste kvaliteedi eest. Kui tehakse kindlaks, et ettevõtjal on turguvalitsev seisund, siis ei too see iseenesest kaasa karistust, vaid tähendab lihtsalt, olenemata kõnealuse turguvalitseva seisundi põhjustest, et see ettevõtja peab eriti hoolikalt hoiduma käitumisest, mis võib kahjustada tõelist moonutamata konkurenti ühisturul.

58. Piisav tähtsus tuleb omistada ka Michelin NV müügiesindajate võrgustikule, mis annab talle pideva juurdepääsu rehvikasutajatele. Michelin NV ei eita, et absoluutarvestuses on tema võrgustik konkurentide omast oluliselt suurem ning ei vaidlusta otsuses esitatud kirjeldust tema võrgustiku pakutavate teenuste kohta, mille tõhususes ja kvaliteedis ei ole kahtlust. Vahetu juurdepääs kasutajatele ja teeninduse tase, mida võrgustik suudab neile

pakkuda, võimaldab Michelin NV-l säilitada oma turuseisundit ning kaitsta end tõhusamalt konkurentsi eest.

59. Mis puutub täiendavatesse kriteeriumitesse ja tõenditesse, millele Michelin NV oma turguvalitseva seisundi eitamisel viitab, siis tuleb märkida, et ajutine kasumi vähenemine või isegi kahjumlikkus ei mõjuta turguvalitseva seisundi olemasolu. Samuti ei saa turguvalitseva seisundi puudumist tõendada asjaoluga, et Michelin NV hinnad ei ole ebaõiglased ega isegi mitte eriti kõrged. Michelin NV eelisseisundit Madalmaade turul ei mõjuta ka tema konkurentide suurus, tugev finantsseisund ja tegevuse mitmekesisus võetuna ülemaailmselt ega vastukaal, mida suudavad pakkuda raskesõidukirehvide ostjad, kes on kogenud kutselised kasutajad.

60. Seepärast tuleb järeldada, et antud asjas turguvalitseva seisundi kindlakstegemiseks kasutatud muud kriteeriumid ja tõendid kinnitavad Michelin NV-l sellise seisundi olemasolu.

61. Seega ei ole põhjendatud Michelin NV väited, nagu puuduks tal ühisturu olulises osas turguvalitsev seisund.

### *III – Turguvalitseva seisundi kuritarvitamine*

62. Teise väidete kogumiga vaidlustab hageja kõnealuse otsuse selle osa, milles teda artikli 86 alusel süüdistatakse turguvalitseva seisundi kuritarvitamises Madalmaade raskesõidukite uute asendusrehvide turul. Ta vaidlustab komisjoni otsuses esitatud järelduse, et ta piiras müüjate valikuvabadust, põhjustades nende ebavõrdset kohtlemist ning piirates kahel viisil teiste tootjate turulepääsu, esiteks oma allahindlustesüsteemi kaudu üldiselt ning teiseks 1977. aastal lisapremia andmisega, mille tingimuseks oli sõiduautorehvide müügieesmärkide saavutamine.

#### *1) Allahindlustesüsteem üldiselt*

63. Michelin NV väidab, et komisjon ei võtnud oma otsuses arvesse tema kõnealuse allahindlustesüsteemi tegelikku olemust. Ta väidab, et tegemist oli lihtsa koguselise allahindlusega, millel olid üksnes õiguspärased eesmärgid, nimelt veenda müüjaid rohkem rehve ostma ning pakkuda tasu teenuse eest, mille sisuks oli vastastikku kokku lepitud Michelin rehvide müügiarvude saavutamine. Sellise süsteemi keelamine sunniks tema arvates turguvalitsevat ettevõtet turuosa kaotama ning karistaks teda pelgalt selle eest, et tal on turguvalitsev seisund.

64. Komisjon väidab, et Michelin NV rakendatud allahindlustesüsteem on käsitatav kuritarvituseks, kuna see põhines isikupõhiste ja valikuliste müügieesmärkide kindlaksmääramisel, mida kirjalikult ei sätestatud ja mille tulemusena seoti rehvimüüjad Michelin NV-ga, ning sellega kehtestati võrdväärseteks tehinguteks erinevad tingimused. Ta leiab, et tegemist on sarnase lojaalsuspõhise hinnaalanduste süsteemiga, nagu oli kõne all Euroopa Kohtu 13. veebruari 1979. aasta otsuses kohtuasjas *Hofmann–La Roche*, millele lisandus tingimus, et klient peab kõik oma tarded või vähemalt suure osa neist saama

turguvalitsevalt ettevõtjalt, mistõttu klient jäeti sisuliselt ilma võimalusest valida oma tarneallikaid.

65. Michelin NV seisukohta toetab Prantsuse valitsus, kes leiab, et müügieesmärkidel põhinev allahindlustesüsteem ei ole iseenesest käsitatav kuritarvituseks. Selline süsteem võiks artikliga 86 vastuolus olla üksnes teatavate muude asjaolude olemasolu korral, mis antud juhul tema arvates aga puuduvad.

*a) Allahindlustesüsteemi toimimine*

66. Euroopa Kohtule esitatud suulisest selgitusest ilmnes, et lisaks kindlaksmääratud allahindlusele arvetelt ning rahalisele allahindlusele enne maksetähtaega tehtud maksetelt, mis olid kõikide müüjate jaoks samad ning mida käesoleva juhtumiga seoses ei käsitleta, hõlmas kõnealune allahindlustesüsteem ka iga-aastast muutuvat allahindlust, mis algselt maksti välja igakuiselt ja hiljem iga nelja kuu järel proportsionaalse ettemaksuna iga-aastase allahindluse arvelt. Selle muutuva iga-aastase allahindluse määr kehtestati lähtuvalt müüja Michelini raskesõiduki-, kaubiku- ja sõiduautorehvide käibest eelnenud aastal, tegemata vahet rehviikidel ning kasutades järk-järgult suurenevate allahindluste skaalat, millest 1978. aastal siiski loobuti. Iga-aastase allahindluse ettemaksu summa oli väiksem, üldjuhul 4% võrra, kuid mõnikord ka rohkem, kui skaalal ette nähtud allahindlusprotsent.

67. Iga-aastast muutuvat allahindlust ei antud, vähemalt mitte täies ulatuses, enne, kui müüja oli kõnealusel aastal saavutanud müügieesmärgi, mis lepiti aasta alguses kokku või määrati kindlaks raskesõidukirehvide müügiarvuna. Kuni 1978. aastani oli kasutusel kolm müügieesmärki – minimaalne, keskmine ja maksimaalne –, millest olenes lõplik allahindlus. Alates 1979. aastast kehtestati iga-aastase muutuva allahindluse saamiseks ühtne müügieesmärk.

68. Komisjon ei vaidlusta Michelin NV poolt Euroopa Kohtu menetluses antud selgitusi selles osas, et maksimaalse eesmärgi saavutamisel võimaldatud allahindlusprotsendi ja minimaalse eesmärgi mittesaavutamise korral võimaldatud allahindlusprotsendi vahe oli väike, nimelt 0,2–0,4%. Seepärast tuleb see protsendivahemik, mis otsuse kohaselt oli palju suurem, lugeda tõendatuks.

69. Michelin NV ei avalikustanud allahindlustesüsteemi tervikuna ega ka allahindluste suurust. On teada, et müügieesmärkide kindlaksmääramise või kokkuleppimise kriteeriumid ei olnud ette teada. Eesmärgid lepiti iga aasta alguses kokku müüja ning Michelin NV müügiesindaja vahel. Michelin NV ei kinnitanud läbirääkimiste tulemusi kirjalikult, kuigi vajaduse korral tehti läbirääkimiste käigus kirjalikke märkmeid või vahetati kirju. Vastupidiselt komisjoni otsuse punkti 28 neljandas lõigus väidetule ei ole siiski tõendatud, et müüjad ei oleks julgenud kirjaliku kinnituse puudumise üle nuriseda. Seetõttu tuleb see punkt tagasi lükata.

*b) Artikli 86 kohaldamine müügieesmärgipõhise allahindlustesüsteemi puhul*

70. Seoses artikli 86 kohaldamisega sellisele müügieesmärkide saavutamisele sõltuvale allahindlustesüsteemile, nagu on eespool kirjeldatud, tuleb esiteks märkida, et artikkel 86 keelab turguvalitseva seisundi kuritarvitamise juhtudel, kus see kahjustab liikmesriikidevahelist kaubandust, keelates tegevuse, mis võib kahjustada turu struktuuri olukorras, kus asjaomase ettevõtja olemasolu otsese tulemusena on konkurents juba nõrgestatud, ning mis hõlmab tavapärasest erinevaid toodete või teenuste vallas konkureerimise meetodeid, mille tulemusena takistatakse turul veel olemasoleva konkurentsi säilimist või arengut.

71. Seoses konkreetse olukorraga, kus turguvalitseva seisundiga ettevõtte teeb oma klientidele allahindlusi, on Euroopa Kohus oma 16. detsembri 1975. aasta otsuses liidetud kohtuasjades 40–48/73, 50/73, 54–56/73, 111/73, 113/73 ja 114/73: Suiker Unie jt ( EKL 1975, lk 1663) ja 13. veebruari 1979. aasta otsuses kohtuasjas 85/76: Hoffmann – La Roche ( EKL 1979, lk 461) märkinud, et erinevalt koguselisest allahindlusest, mille aluseks on üksnes asjaomaselt tootjalt ostetud mahud, on asutamislepingu artikli 86 kohase kuritarvitusena käsitatav lojaalsus-allahindlus, mille raames rahaliste soodustuste pakkumisega kallutatakse kliente mitte soetama kaupu konkureerivatelt tootjatelt.

72. Seoses käesoleva juhtumi puhul kõne all oleva süsteemiga, mida iseloomustab müügieesmärkide kasutamine, tuleb märkida, et see süsteem ei ole käsitatav pelgalt ostetud kaubakogusest sõltuva koguselise allahindlusena, kuna eelmise aasta käibel põhinev järkjärguline skaala näitab üksnes süsteemi kohaldamise ulatust. Lisaks on Michelin NV ise juhtinud tähelepanu, et enamik müüjaid, kes ostsid aastas üle 3000 rehvi, kuulusid igal juhul suurimaid tagasimakseid saanud gruppidele. Teiselt poolt ei eeldanud kõnealune süsteem, et müüjad sõlmiksid mis tahes ainumüügilepingu või saaksid konkreetse osa oma tarnetest Michelin NV-lt, ning see asjaolu eristab seda taolisest lojaalsusallahindlusest, mida Euroopa Kohus käsitles oma 13. veebruari 1979. aasta otsuses *Hoffmann – La Roche*.

73. Et otsustada, kas Michelin NV kuritarvitas allahindlustesüsteemi rakendades oma turguvalitsevat seisundit, tuleb seega uurida kõiki asjaolusid, eelkõige allahindluse tegemise kriteeriume ja eeskirju, ning uurida, kas majanduslikult seisukohalt põhjendamatult soodustuse andmise kaudu võib allahindlus takistada või piirata ostjate vabadust omale tarneallikaid valida, tõkestada konkurentide turulepääsu, tuua kaasa ebavõrdseid tingimusi võrdväärsetes tehingutes teiste tehingupooltega või konkurentsi moonutamise teel turguvalitsevat seisundit tugevdada.

74. Vastuväiteid, mille hageja esitas vastuseks vaidlusaluses otsuses märgitud kahele väitele seoses allahindlustesüsteemiga üldiselt – nimelt, et Michelin NV sidus endaga Madalmaade rehvimüüjad ning kohaldas võrdväärsetes tehingutes erinevaid tingimusi – , tuleb uurida eeltoodud kaalutlusi silmas pidades.

c) Müüjate sidumine Michelin NV-ga

75. Hageja esimene selleteemaline väide on suunatud komisjoni otsuses märgitud järelduse vastu, mille kohaselt kõik asjaolud viitavad, et allahindlustesüsteemi abil sidus Michelin NV rehvimüüjad tihedalt endaga.

76. Seda järeldust põhjendades märkis komisjon oma otsuse preambulis, et allahindlustesüsteemi eesmärk oli avaldada müüjatele tugevat survet, et nad müüksid igal aastal eelmisest aastast rohkem Michelin rehve ning suurendaksid Michelin rehvide osakaalu oma kogukäibes, nagu näitasid hageja müügiesindajate regulaarsed arvutused tema koha kohta iga müüja käibes võrreldes konkurentidega („température Michelin”). Komisjon leidis, et selline tegevus on turguvalitseva seisundi selge kuritarvitamine.

77. Tuleb siiski silmas pidada, et Euroopa Kohtu menetluses tunnistas komisjon, et Michelin NV oli lõpetanud niinimetatud „température Michelin” märkimise oma klientide kaustadesse ning „température Michelin” ning müügieesmärkide ja allahindluste otsest seost on võimatu tõendada. Komisjon piirdus märkusega, et väga tõenäoliselt oli seos „température Michelin” ja allahindlustesüsteemi vahel olemas. Selline väide, mis ei põhine tõendusmaterjalil ning mida Michelin NV eitab, ei ole aga piisav tõendamaks, et kõnealune allahindlustesüsteem oli antud aspektis vastuolus artikliga 86.

78. Edasi väitis komisjon, et iga-aastastel müügieesmärkidel põhinev süsteem avaldab müüjale tugevat survet oma tarnete võtmiseks samalt tarnijalt, kuna müüja ei ole kindel allahindluse määraades ja on oht, et müügieesmärgi mittesaavutamisel kaotab ta osa allahindlusest, mida antud juhul tugevdab ka süsteemi läbipaistmatus ning asjaolu, et Michelin NV müügiesindajad juhtisid regulaarselt müüjate tähelepanu võimalikele soodustustele, mis kaasnevad viimase tellimuse esitamisega aasta lõpul, ning müügieesmärkide mittesaavutamise tagajärgedele.

79. Michelin NV leiab, et müüjad ei olnud temast sõltuvad, ning viitab eelkõige allahindluste väikesele muutumisele sõltuvalt müügieesmärkidest, mida tema väitel tasakaalustas kasu, mida ta sai võimalusest oma tootmist paremini planeerida. Ta väitis, et kuna allahindlustesüsteemi oli kasutatud juba pikka aega, siis oli see kõikidele müüjatele piisavalt tuttav ning mingit ebakindlust neil selles osas ei olnud. Vaidlusaluse allahindlustesüsteemi eesmärk oli premeerida varasemast suuremate kaubakoguste ostmise eest. Kui turguvalitseval ettevõtjal keelataks sellist süsteemi kasutada, sunnitaks teda sisuliselt turuosa kaotama.

80. Sellega seoses tuleb esiteks märkida, et Euroopa Kohtu menetluse käigus kindlaks tehtud 0,2–0,4% suurune allahindluste muutus olenevalt müügieesmärgi saavutamisest on tõepoolest väga väike. Kõnealuse allahindluse mõju ei saa aga mingil juhul hinnata üksnes müügieesmärkidega seotud protsendimäära muutuse alusel.

81. Kõnealuse allahindlustesüsteemi aluseks oli ühe aasta pikkune võrdlusperiood. Iga süsteem, mille raames allahindlusi tehakse suhteliselt pika võrdlusperioodi jooksul müüdü kogustest lähtuvalt, loob aga kõnealuse perioodi lõpul iseenesest ostjale surve allahindluse saamiseks vajaliku müügiarvu saavutamiseks, et vältida eeldatava kahju kandmist kogu perioodi ulatuses. Antud juhul mõjutas ühest viimasest tellimusest, isegi väikesest tellimusest

olenev allahindluse määr müüja kasumimarginaali kogu aasta jooksul müüdnud Michelin raskesõidukirehvide osas. Sellises olukorras võivad isegi üsna väikesed muutused tuua müüja jaoks kaasa märkimisväärse surve.

82. Nimetatud mõju tugevdas veelgi Michelin NV ja tema peamiste konkurentide turuosade suur erinevus. Kui konkurent soovis, eriti aasta lõpul, pakkuda müüjale tellimuse esitamisel konkurentsivõimelist soodustust, pidi ta arvesse võtma Michelin NV iga-aastase müügieesmärkidel põhineva allahindluse absoluutväärtust ning kehtestama omalt poolt allahindlusprotsendi, mis kõnealuse konkurendi väiksemate müügimahtude tõttu oli väga suur. Seepärast, kuigi Michelin NV allahindlusprotsent näib väike, oli tema konkurentidel väga raske üles kaaluda kasu või kahju, mida müüjad said vastavalt Michelin NV müügieesmärkide saavutamisest või mittesaavutamisest.

83. Kuna Michelin NV kogu allahindlustesüsteem oli lisaks läbipaistmatu ja selle tingimused muutusid asjaomase perioodi jooksul korduvalt ning allahindluste skaalat, müügieesmarke ega neist olenevaid allahindlusi müüjatele kirjalikult ei teatatud, sattusid nad ebakindlasse olukorda ja ei saanud kokkuvõttes piisava kindlusega prognoosida müügieesmärkide saavutamise või saavutamatajätmise mõju.

84. Kõik need tegurid aitasid seada müüjad olukorda, kus neil tekkis eelkõige aasta lõpu poole märkimisväärne surve Michelin NV müügieesmärkide saavutamiseks, juhul kui nad ei soovinud riskida kahjuga, mida konkurentidel oli oma võimalike allahindlustega raske korvata. Michelinil oli oma müügiesindajate võrgustiku kaudu võimalik seda olukorda müüjatele igal ajal meelde tuletada, et kallutada neid talle tellimusi esitama.

85. Sellises olukorras ei ole müüjal võimalik igal ajal olenevalt turuolukorrast vabalt valida konkurentide pakkumistest kõige soodsamat ning vahetada tarnijat, ilma et ta kannaks seetõttu olulist majanduslikku kahju. Seega piirab see müüjate võimalust tarnijat valida ning raskendab konkurentide turulepääsu. Soov rohkem müüa ega ka soov tootmist ühtlasemalt jaotada ei õigusta sellist kliendi valikuvabaduse ja sõltumatuse piiramist. Müüjate sõltuvus, mida kõnealune allahindlustesüsteem põhjustab, ei põhine seega majanduslikult põhjendatud vastastikusel kasul.

86. Seepärast tuleb järeldada, et Madalmaade müüjaid eespool kirjeldatud allahindlustesüsteemi abil endaga sidudes kuritarvitas Michelin NV asutamislepingu artikli 86 tähenduses oma turguvalitsevat seisundit raskesõidukite asendusrehvide turul. Hageja poolt selle järelduse osas esitatud vastuväide tuleb seega tagasi lükata.

#### *d) Müüjate valikuline diskrimineerimine*

87. Oma teise väitega allahindlustesüsteemi kohta üldiselt seab hageja kahtluse alla komisjoni järelduse, et ta kohaldas allahindlustesüsteemi raames müüjatele võrdväärsete tehingute puhul erinevaid tingimusi artikli 86 punkti c tähenduses, kuna võrdväärsetes olukorras olnud müüjatele tehti erinevaid allahindlusi. Michelin NV väidab, et allahindlused ei ole diskrimineerivad ning erinevatele müüjatele tehtud allahindluse määra erinevused tulenevad



allahindluste skaalast, mille aluseks on müüja poolt eelnenud aastal Michelin NV-lt ostetud kogumaht.

88. Euroopa Kohtu menetluses tugines komisjon oma järeldust põhjendades erinevate müüjate ja nende pool igal aastal müüdüd raskesõidukirehvide koguste võrdlusele ning tabelile, milles esitati müüdüd rehvide arv nende rehviikide kaupa, mille osas tehti 1976. aastal erinevaid allahindlusi, juhtides tähelepanu mitmetele vastuoludele ja kõrvalekalletele, mis neist tema arvates nähtusid ning diskrimineerimist tõendasid.

89. Allahindlustesüsteemi toimimise kohta antud selgitustest nähtub aga selgelt, et iga-aastase muutuva allahindluse määr olenes peamiselt müüja Michelin rehvide käibest, ilma et oleks tehtud vahet rehviikide kaupa, mitte aga müüja poolt ostetud raskesõidukirehvide arvust. Lisaks oli komisjon sunnitud suulise menetluse käigus tunnistama, et ta tegi vea seoses teatavate tõenditega, mis sisaldasid Michelin NV poolt oma allahindlustesüsteemi kohaldamisel kasutatud kaustades. Ei saa välistada võimalust, et see selgitab teatavaid vastuolusid ja kõrvalekaldeid, mida komisjon arvas tema poolt läbi vaadatud dokumentidest tulenevat.

90. Kuigi igal aastal iga müüjaga kokku lepitavatel või tema jaoks kindlaks määratavatel personaalsetel müügieesmärkidel põhinev süsteem toob vältimatult kaasa teatavaid erinevusi erinevatele müüjatele sama ostuarvu puhul antava allahindluse määra osas ning kuigi Michelin NV on lisaks tunnistanud, et ta ei saanud oma allahindlusteskaalat rakendada mehaaniliselt, kuna osa müüjaist ei aktsepteerinud käibe vähenemisest tulenevat automaatset allahindluse vähenemist, ei ole siiski tõendatud, et selline erinevate müüjate erinev kohtlemine tulenes ebavõrdsetest kriteeriumitest ning sel puuduvad mõistlikud ärilised põhjused. Seepärast ei ole neist erinevustest võimalik järeldada, et Michelin NV diskrimineeris mõningaid müüjaid.

91. Seega ei ole komisjon suutnud tõendada, et kõnealuse allahindlustesüsteemi raames kohaldati erinevate müüjate suhtes diskrimineerivaid allahindlusi, mistõttu tuleb tühiseks tunnistada kõnealuse otsuse artikli 1 punkt a, kuivõrd selles märgitakse, et Michelin NV rikkus artiklit 86 kohaldades oma müüjatele võrdväärsete tehingute puhul erinevaid tingimusi.

## *2) 1977. aasta lisapreemia*

92. Järgmiseks vaidlustab hageja vaidlusaluses otsuses sisalduva komisjoni järelduse, et Michelin NV kuritarvitas oma turguvalitsevat seisundit, andes 1977. aastal veokite, busside ja sarnaste sõidukite rehvide ostmisel 0,5% suurust lisapreemiat, juhul kui saavutati sõiduautorehvide ostude osas püstitatud eesmärk.

93. Komisjon leiab, et lisapreemia eesmärk oli sundida müüjaid tegema erilisi jõupingutusi sõiduautorehvide müügi vallas, et saada preemiat raskesõidukirehvide müügi eest. See on tema väitel sarnane kaubandustava, nagu on sätestatud artikli 86 punktis d.

94. Michelin NV väidab, et komisjon tõlgendas fakte valesti. Ta väidab, et 1977. aastal antud lisapremiat ei saa käsitada allahindlusena raskesõidukirehvidelt, kuna see oli seotud sõiduautorehvide müügieesmärgi saavutamise. Ta väidab ka, et lisapremia andmine ei olnud seotud mingi muu eesmärgiga kui sõiduautorehvide jaoks kindlaks määratud tavapärase müügieesmärgi.

95. Sellega seoses tuleb esiteks märkida, et poolte poolt Euroopa Kohtu menetluses antud selgitustest nähtub selgelt, et Michelin NV kohaldas sõiduautorehvidele sarnast allahindlustesüsteemi nagu raskesõidukirehvide müügi puhul. Selle süsteemi raames suurendas Michelin NV 1977. aastal 0,5% võrra iga müüja muutuvat iga-aastast allahindlust sõiduautorehvide müügilt.

96. On teada, et ajutise defitsiidi tõttu ei suutnud Michelin NV 1977. aastal rahuldada Madalmaade turul raskesõidukirehvide nõudlust. Müüjatel ei olnud seepärast võimalik saavutada oma raskesõidukirehvide müügieesmärgi ning tekkinud olukorra tõttu andis Michelin NV kõnealust lisapremiat.

97. Eeltoodust nähtub selgelt, et olenemata sellest, kas lisapremia oli seotud erilise suurema müügieesmärgiga või see tehti aasta alguse asemel teatavaks alles septembris 1977, kuulus see sõiduautorehvide müügilt tehtava iga-aastase muutuva allahindluse kohaldamisalasse. Kuigi Michelin NV soovis preemia andmisega hüvitada kahju, mida müüjad kandsid seoses tema suutmatusega tarnida neile raskesõidukirehvide müügieesmärgi saavutamiseks vajalik kogus raskesõidukirehve, on selge, et preemiat anti sõiduautorehvide müügilt vastavalt nende rehvide osas kehtestatud müügieesmärgidele ning see ei olenenud müüdü raskesõidukirehvide kogusest.

98. Sellest tuleneb, et komisjonil puudus alus käsitada seda preemiat raskesõidukirehvide müügilt tehtud allahindlusena. Preemiat andes ei seadnud Michelin NV ühe turu müügilt antud soodustust sõltuvusse müügieesmärgi saavutamisest teisel turul. Seega on põhjendamatu komisjoni väide, et kõnealune käitumine sarnaneb lisakohustusega artikli 86 punkti d tähenduses.

99. Seega ei ole komisjon suutnud tõendada, et 1977. aastal lisapremiat andes kuritarvitas Michelin NV oma turguvalitsevat seisundit raskesõidukirehvide turul. Seepärast tuleb vaidlusaluse otsuse artikli 1 punkt b tühistada.

#### *IV – Mõju liikmesriikidevahelisele kaubandusele*

100. Hageja leiab, et tema allahindlustesüsteem ei saanud kahjustada kaubandust asutamislepingu artikli 86 tähenduses.

101. Komisjon märkis oma otsuses, et teistel tootjatel, kelle võimalus Madalmaade turule pääseda vähenes müüjate ostuvabaduse piiramise tõttu, olid tehased peamiselt teistes liikmesriikides ning 25–28% Madalmaade turul konkureerinud raskesõidukirehvidest oli pärit teistest ühenduse liikmesriikidest.

102. Michelin NV, keda toetab Prantsuse valitsus, väidab, et ühe liikmesriigi territooriumiga piirnev tegevus ei saa kahjustada liikmesriikidevahelist kaubandust. Ta leiab, et komisjoni väited kaubanduse kahjustamise kohta on spekulatiivsed ning põhinevad üksnes abstraktsel ja teoreetilisel analüüsil; komisjon ei ole konkreetselt kindlaks teinud, et hageja tegevus kahjustab konkurentsi ning isoleerib Madalmaade turu.

103. Sellega seoses tuleb märkida, et kui turguvalitsev ettevõtja takistab konkurentide turulepääsu, siis ei ole oluline, kas antud käitumine piirneb ühe liikmesriigiga, juhul kui see võib kahjustada kaubavood ja konkurentsi ühisturul.

104. Käesoleval juhul on teada, et on olemas olulised kaubavood, kuna märkimisväärse suurusega konkurendid asuvad teistes liikmesriikides. Allahindlustesüsteemi mõju Michelin NV konkurentide Madalmaade turule pääsule on juba läbi vaadatud seoses Michelin NV käitumises esinenud kuritarvitustega. Tuleb ka meeles pidada, et artikli 86 kohaldamisel ei ole vaja tõendada kuritarvitustega liikmesriikidevahelise kaubanduse kahjustamist tegelikkuses, vaid piisab, kui kuritarvitustel võib selline mõju olla.

105. Eeltoodust tuleneb, et väited, nagu ei oleks Michelin NV allahindlustesüsteem liikmesriikidevahelist kaubandust kahjustanud, on põhjendamatud.

#### *V – Trahvi määramine*

106. Hageja vaidlustab trahvi määramise, väites, et teda ei saa kõnealuse tegevuse puhul süüdistada tahtluses või hooletuses, kuna tal ei olnud võimalik ette näha komisjoni haldustavade ja Euroopa Kohtu allahindluste alase pretsedendiõiguse järsku muutumist. Lõpetuseks taotleb ta teise võimalusena, et Euroopa Kohus vähendaks trahvisummat.

107. Sellega seoses tuleb rõhutada, et Michelin NV oli teadlik faktilistest asjaoludest, mille alusel tuvastati turguvalitseva seisundi olemasolu ning hinnati vaidlusalune allahindlustesüsteem selle seisundi kuritarvitamiseks. Allahindlustesüsteem kehtestati tahtlikult. Asjaolu, et komisjon ega Euroopa Kohus ei olnud kõnealuse süsteemiga sarnase allahindlustesüsteemi kohta varem otsust teinud, ei vabasta Michelin NV-d vastutusest. Igal juhul oleks Michelin NV võinud komisjoni ja Euroopa Kohtu varasemate otsuste alusel eeldada, et kõnealune süsteem kuulub asutamislepingu artikli 86 kohaldamisalasse.

108. Komisjon leidis seega õieti, et tal on õigus määrata Michelin NV-le trahv vastavalt määruse nr 17 artikli 15 lõikele 2.

109. Artikli 15 lõike 2 kohaselt võib komisjon määrata 1000 kuni 1 000 000 arvestusühiku suuruse trahvi või sellest suurema trahvi, mis ei tohi aga ületada 10% asjaomase ettevõtja eelmise majandusaasta käibest. Nimetatud artiklis sätestatakse, et neis piires trahvi määramisel tuleb arvesse võtta rikkumise raskusastet ja kestust.

110. Mis puutub rikkumise kestusse, siis on teada, et kõnealust süsteemi kohaldati vähemalt 1975. aastast kuni 1980. aastani. Seoses Michelin NV väitega, et komisjon ise oleks kiiremini

tegutsedes saanud rikkumise kestust lühendada, tuleb arvesse võtta kirjalikult sätestamata ja läbipaistmatu allahindlustesüsteemi uurimisega seotud probleeme. Sellises olukorras võttis komisjon rikkumise kestuse kindlakstegemisel õigustatult arvesse kogu kõnealuse ajavahemiku.

111. Rikkumise raskusastme hindamisel tuleb olenevalt olukorrast silmas pidada paljusid asjaolusid, sealhulgas eelkõige ettevõtja suurust ja majanduslikku jõudu, mille näitajateks võivad olla ettevõtja käive ning rikkumise esemeks olevate kaupade osakaal nimetatud käibes. Seepärast ei ole igal juhul põhjendatud Michelin NV vastuväited seoses käibe arvessevõtmise lubatavusega. Lisaks võib Euroopa Kohus, kellel on antud valdkonnas piiramatu pädevus, ise hinnata juhtumi asjaolusid ja asjaomase rikkumise iseloomu, et määrata kindlaks trahvi suurus.

112. Sellega seoses tuleb märkida, et Euroopa Kohus lükkas tagasi komisjoni väited seoses 1977. aastal antud lisapreemiaga. Teiselt poolt tuleb silmas pidada, et komisjoni põhisisüüdistus, mis käsitleb allahindlustesüsteemi üldiselt, leiti olevat põhjendatud. On tõsi, et süsteemi diskrimineerivat iseloomu ei suudetud tõendada ning müügieesmärkidest olenev allahindlus oli oluliselt väiksem, kui vaidlusaluses otsuses märgiti. Ka oli komisjon sunnitud tunnustama, et ta tõlgendas Michelin NV klienditoimikuid valesti, ning ta ei suutnud tõendada oma väidet, et Michelin NV kehtestatud müügieesmärkidega püüti sundida müüjaid järjekindlalt suurendama Michelin rehvide osakaalu oma kogukäibes. Kuigi neist asjaoludest tulenevalt võib määrata väiksema trahvi, kui määras komisjon, ei muuda need siiski olulisel määral Michelin NV poolse turguvalitseva seisundi kuritarvitamise raskusastet.

113. Seepärast, kuigi allahindluse muutus oli suhteliselt väike ning ei ole tõendatud, et süsteemi oleks kohaldatud diskrimineerival viisil, tuleb trahvisumma kindlaksmääramisel võtta aluseks järeldus, et allahindlustesüsteem, välja arvatud 1977. aasta lisapremia, kahjustas vaba konkurentsi ühisturul, mis on üks asutamislepingu aluspõhimõtetest. Eeltoodust lähtuvalt on kohane määrata 300 000 eküü ehk 808 758 Hollandi kuldna suurune trahv.

114. Nagu juba märgitud, tuleb tühistada vaidlusaluse otsuse artikli 1 punkt a, kuivõrd selles märgitakse, et Michelin NV kohaldas müüjatele võrdväärsete tehingute puhul erinevaid tingimusi, ning 1977. aasta lisapreemiat käsitlev artikli 1 punkt b. Otsuse artikliga 2 määratud trahvi suuruseks tuleb kehtestada 300 000 eküüd ehk 808 758 Hollandi kuldnat. Muus osas tuleb hagi jätta rahuldamata.

## *VI – Kohtukulud*

115. Kodukorra artikli 69 lõike 2 kohaselt on kohtuvaidluse kaotanud pool kohustatud hüvitama kohtukulud, kui vastaspool on seda nõudnud. Nimetatud artikli lõike 3 kohaselt võib Euroopa Kohus jätta kummagi poole kohtukulud tema enda kanda, kui osa nõudeid rahuldatakse ühe poole ning osa teise poole kasuks.

116. Antud juhul ei ole ühelgi poolel, kaasa arvatud menetlusse astujal, rahuldatud kõiki nõudeid tema kasuks. Seepärast peab iga pool kandma oma kohtukulud.

Esitatud põhjendustest lähtudes,

## EUROOPA KOHUS

otsustab:

**1. Tühistada komisjoni 7. oktoobri 1981. aasta otsuse otsuse (IV/29.491 – Bandengroothandel Frieschebrug BV / NV Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin, EÜT L 353, lk 33) artikli 1 punkt a, kuivõrd selles märgitakse, et Michelin NV kohaldas Madalmaade rehvimüüjatele võrdväärsete tehingute puhul erinevaid tingimusi, ning kõnealuse otsuse artikli 1 punkt b.**

**2. Kehtestada hagejale kõnealuse otsuse artikliga 2 määratud trahvi suuruseks 300 000 eküüd ehk 808 758 Hollandi kuldnat, mis kuulub tasumisele kuldnates.**

**3. Muus osas jätta hagi rahuldamata.**

**4. Iga pool, kaasa arvatud menetlusse astuja, kannab oma kohtukulud.**

Mertens de Wilmars

Koopmans

Bahlmann

Galmot

Pescatore

Mackenzie Stuart

O’Keeffe

Due

Everling

Kuulutatud avalikul kohtuistungil 9. novembril 1983 Luxembourgis.

Kohtusekretäri nimel  
vanemametnik

President

H. A. Rühl

J. Mertens de Wilmars