

РЕШЕНИЕ НА СЪДА

14 февруари 1978 година * **

„Банани Chiquita”

По дело 27/76

United Brands Company, дружество, регистрирано в New Jersey, Съединени американски щати,

и

United Brands Continentaal BV, нидерландско дружество, със седалище на 3 Van Vollenhovenstraat, 3002 Rotterdam, за което се явява, т и което е подпомагано от адв. Ivo Van Bael и Jean-François Bellis от адвокатската колегия на Брюксел, със съдебен адрес в Люксембург в кантората на адв. Elvinger и Hoss, 84, Grand' Rue,

ищци,

срещу

Комисията на Европейските общности, за която се явяват нейните правни съветници, г-н Antonio Marchini-Camia и John Temple Lang, със съдебен адрес в Люксембург в кантората на г-н Mario Cervino, Bâtiment Jean Monnet,

ответник,

с предмет искане за отмяна на Решение „IV/26.699 Chiquita” – (ОВ L 95, 9.4.1976 г., стр. 1 и последващи), с което Комисията, на 17 декември 1975 г., е констатирала нарушение на член 86 от Договора за ЕИО в областта на търговията с банани, произвеждани и внасяни от ищите, както и искания за обезщетение за загуби и пропуснати ползи, за отмяна или за намаляване на глобата, наложена им от Комисията,

СЪДЪТ,

в състав: г-н Н. Kutscher, председател, г-н М. Sørensen и г-н G. Bosco, председатели на състав, г-н А. М. Donner, г-н J. Mertens de Wilmars, г-н А. J. Mackenzie Stuart и г-н А. Touffait, съдии,

генерален адвокат: г-н Н. Маугас,

секретар: г-н А. Van Houtte,

постанови настоящото

Решение

* Език на производството: английски.

** Поправено впоследствие с Определение на Съда от 11 май 1978 г., самото то поправено с Определение от 26 юни 1978 г., публикувани *in extenso* в Recueil de la Jurisprudence de la Cour, английско издание, на страници 349, 350 и 351.

1. Като взе предвид, че с искова молба, заведена в секретариата на Съда на 15 март 1976 г., дружество United Brands Company от Ню Йорк (обозначавано по-долу със съкращението UBC) и неговият представител дружество United Brands Continental BV от Rotterdam (обозначавано по-долу като UBCBV), са поискали отмяната на Решение на Комисията от 17 декември 1975 г., публикувано по-късно в Официален вестник L 95, стр. 1 от 9 април 1976 г., публикация, към която ще препрашат цитатите, включени в настоящото решение.

2. От съображения за практичност, аргументацията, която следва ще посочва ищците с единственото название UBC.

3. Съгласно член 1 от него, Решението установява, че UBC е нарушило член 86 от Договора за създаване на Европейската икономическа общност, по следния начин:

а) като задължава своите дистрибутори, осигуряващи процеса на зреене на бананите, установени в Германия, Дания, Ирландия, Нидерландия и в Белгийско-люксембургски икономически съюз, да не препродават зелени бананите на UBC;

б) като прилага за продажбите си на банани Chiquita по отношение на търговските си партньори, дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите, установени в посочените по-горе държави-членки, с изключение на групата Scipio, различни цени за еднакви трансакции;

в) като прилага несправедливи продажни цени за продажбите на банани Chiquita на клиенти, установени в Германия (с изключение на групата Scipio), в Дания, в Нидерландия и в Белгийско-люксембургски икономически съюз;

г) като е преустановило, от 10 октомври 1973 г. до 11 февруари 1975 г., доставките си на банани Chiquita за дружество Th. Olesen A/S, Valby, Copenhagen, Дания, наричано по-долу Olesen.

4. По силата на член 2, на UBC е наложена глоба от един милион разчетни единици за нарушенията, установени в член 1.

5. Член 3 задължава UBC :

а) да преустанови незабавно нарушенията, установени в член 1, освен ако не ги е преустановило доброволно;

б) и за тази цел:

- да съобщи за премахването на забраната за препродажба на зелени банани на всички свои дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите, установени в Германия, Дания, Ирландия, Нидерландия и в Белгийско-люксембургски икономически съюз и да информира Комисията за това, не по-късно от 1 февруари 1976 г.

- да информира Комисията до 20 април 1976 г., а след това и два пъти годишно, не по-късно от 20 януари и 20 юли, за период от две години, за цените които е прилагало през

предходните шест месеца, по отношение на клиентите си установени в Германия, Дания, Ирландия, Нидерландия и в Белгийско-люксембургски икономически съюз.

6. UBC е предявило иск за отмяна на Решението от 17 декември 1975 г. и за осъждане на Комисията да заплати една разчетна единица обезщетение за морални вреди и, при условията на евентуалност, ако решението бъде потвърдено по същество, за отмяна на глобата, или поне за нейното намаляване.

7. То изтъква, в подкрепа на заключенията си, осем основания:

1) Оспорва анализа, направен от Комисията на съответния пазар, както и на продуктивния пазар и на географския пазар;

2) Отрича да има, на съответния пазар, господстващо положение по смисъла на член 86 от Договора;

3) Счита, че клаузата относно условията за продажба на зелените банани е оправдана от изискването за качеството на продукта, продаван на потребителите;

4) Смята да докаже, че отказът за доставка на датското дружество Th. Olesen е бил оправдан;

5) Счита, че не е прилагало дискриминационни цени;

6) Счита, че не е прилагало несправедливи цени;

7) Оплаква се, че административната процедура е била нередовна;

8) Оспорва налагането на глоба и при условията на евентуалност иска намаляването ѝ.

8. Като взе предвид, че след тази жалба UBC е подало, с отделен документ, искова молба на 18 март 1976 г. за приемане на временна мярка съгласно член 185 от Договора, като иска от председателя на Съда да отложи изпълнението на член 3, букви а) и б), параграф 1 от Решението, докато бъде произнесено решение по исковата молба за отмяна, висяща пред Съда.

9. С Определение от 5 април 1976 г., председателят е приел изявленията на страните относно изменението на клаузата за препродажбата на зелени банани и е допуснал следното:

- „Отлагане на изпълнението на член 3, буква а) и на член 3, буква б), първо тире, от Решението на Комисията от 17 декември 1975 г. (IV/26699) до постановяване на решението по същество по дело 27/76, ако дотогава ищите вече не са преустановили доброволно нарушенията, посочени от Комисията в член 1 от упоменатото решение.”

ГЛАВА I – относно съществуването на господстващо положение

Раздел 1 – Относно съответния пазар

10. С цел да се определи дали UBC има господстващо положение на пазара на банани, е необходимо да се дефинира този пазар, както от гледна точка на продукта, така и от географска гледна точка.

11. Възможностите за конкуренция съгласно член 86 от Договора трябва да се разглеждат като се отчитат особеностите на съответния продукт и както и спрямо ясно определена географска зона, в която той се продава и където условията на конкуренция са достатъчно хомогенни, за да може да се прецени въздействието на икономическата мощ на съответното предприятие.

Параграф 1. Продуктовият пазар

12. По отношение на продукта, трябва първо да се установи дали, както твърди ищеца, бананите са съставна част от пазара на пресни плодове, тъй като за потребителите те са сравнително заменими с други видове пресни плодове, като ябълки, портокали, грозде, праскови, ягоди и т.н., или съответният пазар е изключително пазарът на банани, който включва, както банани с марка, така и банани без етикет и представлява един достатъчно хомогенен и различен пазар от този на другите пресни плодове.

13. В подкрепа на становището си, ищецът изтъква, че бананите се конкурират с другите пресни плодове в същите магазини, на същите щандове, на цени които могат да бъдат съпоставяни, като задоволяват едни и същи нужди: консумацията като десерт или между отделните хранения.

14. Представените статистически данни показват, че разходите на потребителите за покупка на банани са най-ниски между м. юни и м. септември, когато местните пресни плодове са в изобилие на пазара.

15. Изследвания, проведени от Организацията по прехрана и земеделие (ФАО) (особено през 1975 г.) потвърждават, че цените на бананите са относително ниски през летните месеци, и че цените на ябълките, например, имат статистически значимо влияние върху консумацията на банани във Федерална република Германия.

16. Отново според тези изследвания се наблюдава известно снижаване на цените в края на годината, по време на „сезона на портокалите“.

17. Сезонните върхови периоди на изобилие на други пресни плодове влияят също не само на цените на бананите, но също и на обема продажби на банани и следователно на обема на техния внос.

18. От тези констатации, ищецът стига до извода, че бананите и другите пресни плодове представляват един единствен пазар, и че операциите на UBC следва да са били изследвани в този контекст с оглед евентуалното прилагане на член 86 от Договора.

19. Комисията твърди, че за бананите има търсене отделно от това за другите пресни плодове, като се има предвид, по-специално, че бананът е важна съставка от хранителния режим на някои групи от населението.

20. Специфичните качества на банана оказват въздействие при решението на потребителя и обуславят това той да не търси да го замени напълно или в голяма степен с други плодове.
21. От изследванията, посочени от ищеца, Комисията прави извода, че влиянието на цените или на наличните количества от други плодове върху цените или наличните количества банани на съответния пазар е много слабо, и че тези въздействия са твърде кратки и твърде непостоянни, за да могат тези други плодове да се разглеждат като съставна част от същия пазар като бананите или като техен заместващ продукт.
22. С цел да могат бананите да се разглеждат като съставна част от пазар, който е достатъчно диференциран от други пазари на плодове, трябва да може да се отличава чрез своите характерни особености, от другите плодове, да бъде само до известна степен взаимозаменяем с тях и да е подложен на слабо забележима конкуренция от тях;
23. Зреенето на бананите става през цялата година, независимо от сезона.
24. През цялата година неговото производство надвишава търсенето и може да го задоволи във всеки момент.
25. Тази особеност прави от него един привилегирован плод, чието производство и пускане на пазара могат да бъдат приспособявани към известните и измерими сезонни колебания на другите пресни плодове.
26. Не съществува неизбежно сезонно заместване, тъй като потребителят може да си набави този плод през цялата година.
27. Тъй като бананът е плод, който е достъпен във всеки момент в достатъчни количества, налага се неговата заменяемост с другите плодове да се оценява за цялата година, за да може да се измери степента на конкуренция между него и други пресни плодове.
28. От проучванията на пазара на банани, представени по делото следва, че те нямат значителна дългосрочно кръстосана еластичност в дългосрочен план, нито, както беше казано, обща сезонна заменяемост между бананите и всички сезонни плодове, а само между тях и два вида плодове (праскови и трапезно грозде) и само в една страна (Западна Германия) от съответния географски пазар.
29. Що се отнася до двата вида плодове налични през цялата година (портокали и ябълки), не съществува заменяемост за първия и само относителна заменяемост за втория.
30. Тази много ниска степен на заменяемост се дължи на характерните особености на бананите и на всички фактори, които влияят на избора на потребителя.
31. Бананите имат вид, вкус, мека консистенция, нямат семки, лесно се борави с тях, имат постоянно ниво на производство, което позволява да задоволяват постоянните потребности на една голяма група от населението, състояща се от деца, от възрастни хора и от болни.

32. По отношение на цените, две изследвания на FAO показват, че бананите се влияят от намаляването на цените на други плодове (и то само на прасковите и на трапезното грозде), само през летните месеци и основно през м. юли, и то в съотношение, което не надвишава 20 %.

33. Въпреки това не може да се отрече, че през тези месеци и през няколко седмици в края на годината, този продукт търпи конкуренция от други плодове, благодарение на възможността за приспособяване на обема на вноса и на продажбите му на съответния географски пазар, условията на конкуренция са крайно ограничени и неговата цена се адаптира без големи трудности с това положение на изобилие.

34. От всички тези съображения следва, че една голяма част от потребителите, които имат постоянна нужда от банани, не се отклоняват по характерен и дори чувствителен начин от консумацията на този продукт от излизането на пазара на други пресни плодове, и дори сезонните върхови периоди им влияят само умерено във времето и много ограничено от гледна точка на заменяемостта.

35. От това следва, че пазарът на бананите представлява един пазар достатъчно различен от този на другите пресни плодове.

Параграф 2. Географският пазар

36. Като взе предвид, че Комисията е разгледала като географски пазар, върху който трябва да се изследва дали УВС има възможност да създава препятствия за ефективната конкуренция, Федерална република Германия, Дания, Ирландия, Нидерландия и Белгийско-люксембургски икономически съюз.

37. Тя смята, че икономическите условия, които съществуват в тази част на Общността позволяват на вносителите – дистрибутори на банани, да продават там нормално своите продукти, без да съществуват значителни икономически бариери за УВС, в сравнение с други вносители - дистрибутори.

38. Обаче, би трябвало, от това географско разграничаване на пазара, да се изключат другите държави-членки на Общността (Франция, Италия, Обединеното кралство), независимо от относително значимото присъствие на УВС в тези държави, поради специфичното положение, породено от режимите на внос, условията за продажба и особеностите на бананите, които се продават там.

39. Като взе предвид, че ищецът отбелязва, че географският пазар, на който се преценява икономическата и търговска мощ на едно предприятие, би трябвало да включва само зони, в които условията на конкуренцията са хомогенни.

40. Ако с основание, Комисията е изключила от този пазар Франция, Италия и Обединеното кралство, тя е пропуснала да отчете различията в условията на конкуренцията, които съществуват в другите държави-членки, различия, които би трябвало да я накарат да възприеме, по отношение на тях, същите заключения както за трите посочени по-горе държави.

41. Наистина, в разглежданите държави-членки се прилагат три съществено различаващи се митнически режима: нулева ставка в Германия, за една квота от

банани, която покрива значителна част от нуждите на тази страна, една преходна тарифна квота в Ирландия и Дания и Общата митническа тарифа от 20 % за вноса в Бенелюкс.

42. Комисията, също така, не е взела предвид навиците на потребителите във всяка държава-членка (годишното потребление на пресни плодове на глава от населението в Германия е 2,5 пъти по-голямо от това на Ирландия и 2 пъти по-голямо от това на Дания), разликите в търговската структура, концентрацията от парична гледна точка.

43. От съвкупността от тези констатации, ищецът прави извода, че географският пазар разгледан от Комисията включва зони, в които условията на конкуренцията са толкова различни, че те не биха могли да се разглеждат като съставляващи един единствен пазар.

44. Като взе предвид, че условията за прилагане на член 86 по отношение на едно предприятие в господстващо положение налагат разграничаването, по един ясен начин на съществената част от общия пазар, където то е в състояние да си позволи евентуално недобросъвестни действия, които създават пречка за ефективната конкуренция, зона, в която обективните условия на конкуренцията на съответния продукт трябва да бъдат еднакви за всички икономически оператори.

45. Общността не е създавала обща организация на земеделския пазар за бананите.

46. В резултат на това има много разнообразни национални положения, които поддържат различни режими на внос, които отразяват определена търговска политика, присъща на съответните държави.

47. Така например френският пазар, чрез своята национална организация, е ограничен предварително от специфичния режим на вноса и блокиран впоследствие от цени на дребно, наблюдавани от администрацията.

48. Освен някои мерки относно „обективната цена“, определяна ежегодно, и нормите отнасящи се до опаковането, сортирането и минималните изискуеми качества, настоящият пазар запазва приблизително две трети от него за продукцията на отвъдморските департаменти и една трета за тази от някои страни, които имат привилегирани отношения с Франция (Бряг на слоновата кост, Мадагаскар, Камерун) и чиито банани се внасят, освободени от мито и включва режим, чието управление е поверено на Comité interprofessionnel bananier (СІВ).

49. Пазарът на Обединеното кралство се ползва от „Commonwealth preferences“ (привилегии за Британската общност), режим, който се характеризира по-специално с поддържането на едно ниво на производство в полза на развиващите се територии в Британската общност и на цена, плащана на сдруженията на производителите, свързана пряко с продажната цена на зеления плод, прилагана в Обединеното кралство.

50. На италианския пазар, след премахването през 1965 г. на държавния монопол, който отговаря за търговията с банани, е била създадена национална квотна система, с контрол на Министерството на търговския флот и на Националната служба за валутен контрол върху вноса и договорите за наемане на чуждестранни кораби, предназначени за превоз на банани.

51. Националната организация на тези три пазара има за последица това, че бананите на ищеца не са при равни условия на конкуренция с другите банани, продавани в тези държави, ползващи се от преференциален режим, и че с основание Комисията е изключила тези три национални пазара от съответния географски пазар.

52. От друга страна, шестте други държави представляват напълно свободни пазари, макар и подчинени на различни тарифни разпоредби и на различни, по необходимост, транспортни разходи, но не дискриминационни, и в които условията на конкуренцията са еднакви за всички.

53. Тези шест държави представляват, от гледна точка на възможността за осъществяване на свободна конкуренция, едно цяло, достатъчно хомогенно, за да може да бъде разглеждано като цяло.

54. UBC е организирано продажбата на своите продукти от своето дъщерно дружество в Rotterdam – UBCBV, което представлява, за тази цел, единствен център за тази част от Общността.

55. Транспортните разходи не представляват реална пречка за политиката на дистрибуция избрана от UBC, която се състои в това да продава франко вагон в двете пристанища на разтоварване Rotterdam и Bremerhaven.

56. Тези елементи са обединяващи фактори на съответния пазар.

57. От всички тези доводи следва, че географският пазар, така както е определен от Комисията, който представлява една съществена част от общия пазар, трябва да се разглежда като съответен пазар за преценяването на едно евентуално господстващо положение на ищеца.

Раздел 2 – Положението на UBC на съответния пазар

58. Като взе предвид, че Комисията смята, че UBC заема господстващо положение на съответния пазар, като се основава на една серия от фактори, взаимодействието между които, според нея, осигурява на UBC едно неоспоримо надмощие спрямо всички негови конкуренти: неговият пазарен дял по отношение на този на неговите конкуренти, разнообразието на източниците на снабдяване, еднородното качество на неговия продукт, организацията на производството и транспорта, неговата система за търговия и неговата рекламна кампания, разнообразния характер на неговите дейности и най-накрая, неговата вертикална интеграция.

59. От гледна точка на всички тези характеристики Комисията смята, че UBC е предприятие в господстващо положение, което разполага с цялостно ниво на независимост на поведението на съответния пазар и с възможност да създава в голяма степен препятствия пред ефективната конкуренция от страна на конкуренти, които биха могли евентуално да получат същите преимущества единствено след големи усилия в продължение на много години, като това е перспектива, която не ги стимулира да се ориентират в тази посока, особено след няколко претърпени неуспеха.

60. Като взе предвид, че UBC оспорва това заключение и заявява, че то е направено въз основа само на едно твърдение, неподкрепено от доказателства.

61. UBC твърди, че осъществява само лоялна конкуренция, от гледна точка на цени, качество и услуги.

62. Според UBC, една обективна преценка на неговия пазарен дял, на възможностите за снабдяване, на „агресивната” конкуренция на другите предприятия, на техните средства, на техните методи и на тяхната степен на интегриране, на относителната свобода на дистрибуторите, които осигуряват процеса на зреене на бананите, на появата на нови конкуренти на пазара, на силата и на значението на някои клиенти, на ниската цена и даже на спада на цената на бананите, на загубите, които UBC е претърпяло от пет години, биха позволили да се заключи, въз основа на един правилен анализ, че нито в своите структури, нито в своето поведение, това предприятие не притежава характерните белези на предприятие в господстващо положение на съответния пазар.

63. Като взе предвид, че член 86 е израз на общата цел, поставена от член 3, буква е) от Договора: установяването на режим, който гарантира, че конкуренцията в общия пазар не е нарушена.

64. Този член забранява, доколкото търговията между държавите-членки би могла да бъде засегната от него, неправомерно използване, от едно предприятие, на господстващо положение в една съществена част от общия пазар.

65. Господстващото положение, посочено в този член се отнася до положение на икономическа мощ, притежавана от едно предприятие, която му дава власт да създава пречки пред поддържането на ефективна конкуренция на съответния пазар, като му дава възможност за поведение, в значителна степен, независимо от неговите конкуренти, от неговите клиенти, и в крайна сметка, от потребителите.

66. Съществуването на едно господстващо положение е резултат обикновено, от обединяването на няколко фактора, които, взети поотделно, не биха били непременно определящи.

67. Като взе предвид, че търсенето на отговор на въпроса дали UBC има характер на предприятие в господстващо положение на съответния пазар, трябва да се направи, първо, като се изследва неговата структура, и после, положението на конкуренцията на посочения пазар.

68. Като се прави това, би могло да бъде полезно ако е необходимо да се вземат предвид факти, които са били посочвани като проява на злоупотреба, без да трябва да се определят задължително като такива.

Параграф 1. Структурата на UBC

69. Желателно е да се изследват последователно средствата и методите на производство, на опаковане, на транспорт, на продажба и на представяне на продукта от UBC.

70. UBC е едно в много висока степен вертикално интегрирано предприятие.
71. Тази интеграция се проявява във всеки един от етапите, водещи от засаждането до натоварването във вагони или камиони в пристанищата по местоназначение, и че от там нататък надзорът на UBC се осъществява, по отношение на зреенето и продажните цени, до дистрибуторите, които осигуряват процеса на зреене на бананите и до търговците на едро, чрез изграждането на цяла мрежа от агенти.
72. Като взе предвид, че на етапа на производството, UBC е собственик на обширни плантации в Централна и Южна Америка.
73. Ако неговата собствена продукция не е достатъчна за да задоволи неговите нужди, UBC може да се снабдява без трудности от независими плантатори, като се има предвид, че е установено, че освен при извънредни обстоятелства, производството е повече от необходимото.
74. Освен това, многобройни независими производители са свързани с UBC с договори за отглеждане, които са ги накарали да произвеждат сорта банани, който UBC ги е посъветвало да приемат.
75. Последиците от природните катастрофи, които могат да попречат на снабдяването, са силно ограничени от географската разпръснатост на плантациите и от селекцията на видове, които са слабо податливи на болести.
76. Това положение на нещата е било потвърдено от начина, по който UBC е могло да реагира на последиците от урагана „Фи фи” през 1974 г.
77. На етапа на производството UBC следователно е сигурно, че може да задоволи всички искания, които бъдат отправени към него.
78. Като взе предвид, че на етапа на опаковането и на придаването на търговски вид на място, UBC разполага с фабрики, с работна ръка, с инсталации и с материал, които му дават възможност да обработва стоката самостоятелно.
79. Бананите се превозват от мястото на производство до пристанището за товарене със собствени транспортни средства, между които и железопътен транспорт.
80. Като взе предвид, че на етапа на превоза по море, е било признато, че UBC е единственото предприятие от този род, способно да превози две трети от своя износ с помощта на своята собствена бананова флота.
81. По този начин UBC е сигурно, че ще може да превозва редовно, без да има риск неговите собствени кораби да не се използват и независимо от условията на пазара, две трети от средния обем на своите продажби и единствено то може да осигури получаването в Европа на три редовни пратки всяка седмица, което му дава гаранция за търговска стабилност и удобство.
82. Като взе предвид, че в областта на техническите познания и благодарение на постоянни изследвания, UBC, като усъвършенства дренажната система и коригира

недостатъците на почвите и се бори ефективно с болестите по растенията, продължава да подобрява производителността и добива от своите плантации.

83. UBC е създадо нови методи за зреене, а технически персонал на UBC обучава дистрибуторите, които осигуряват процеса на зреене на банани Chiquita.

84. Става въпрос, в този случай, за още един елемент, който следва да бъде взет предвид при изследването на положението на UBC, тъй като конкурентните дружества не могат да развиват изследователска дейността на подобно ниво и се намират, в това отношение, в по-неизгодно положение в сравнение с ищеца.

85. Като взе предвид, че на етапа на крайното подготвяне и на контрола на качеството, е признато, че UBC контролира не само дистрибуторите, които осигуряват процеса на зреене на бананите, които са негови преки клиенти, но още и тези, които работят от името на негови големи клиенти, като групата Scipio.

86. Клаузата за забрана на препродажбата на зелени банани, дори и да е имала за предмет единствено строгия контрол на качеството, предоставя в действителност на UBC абсолютен контрол върху цялата търговия с негова стока, докато тя се търгува на едро, т. е. преди да започне процесът на зреене, който прави неизбежна една много скорошна продажба.

87. Този генерализиран контрол на качеството на една хомогенна стока прави ефективна рекламата, която се прави на марката.

88. Като взе предвид, че UBC е ориентирало цялостната си политика на съответния пазар, от 1967 г. насам, към качеството на бананите с марката Chiquita.

89. Тя несъмнено дава на UBC контрол върху преработването на продукта в банани годни за консумация, въпреки, че по-голямата част от този продукт вече не му принадлежи.

90. Тази политика се основава на една основна реорганизация на системата за производство, опаковане, превоз, зреене (нови възможности с вентилация и охлаждане) и за продажба (мрежа от представители).

91. UBC е осъществило индивидуализацията на този продукт чрез масирани и повтарящи се рекламни и популяризаторски кампании, които са довели до това потребителят да го предпочете, независимо от разликата в цените, която съществува между бананите без етикет и бананите с етикет (от порядъка 30 - 40 %), както и между бананите Chiquita и тези, означени с друга марка (от порядъка 7 - 10 %).

92. UBC първо е използвало възможностите, предоставени от поставянето на етикети в тропиците за нуждите на широкомащабната реклама, което, според използвания от UBC термин, е „изменило из основи търговската експлоатация на бананите” (приложение II, буква а), от исковата молба, стр. 10).

93. UBC по този начин, е придобило привилегировано положение, като е направило от Chiquita първата марка банани на съответния пазар, с последицата, че дистрибуторът не може да си позволи да не ги предлага на потребителя.

94. На етапа на продажбата, този отличителен фактор – оправдан от постоянното качество на бананите с този етикет – му гарантира постоянни потребители, които консолидират неговата икономическа мощ.

95. Резултатът от неговите търговски мрежи, които включват само ограничен брой потребители, големи групи или дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите, е опростяване на политиката му на снабдяване и икономии от мащаба.

96. Тъй като неговата политика на снабдяване се изразява в това – независимо от излишъците в производството – само да задоволява търсенето на банани Chiquita пестеливо и понякога непълно, UBC се намира, на етапа на продажбата в силова позиция.

Параграф 2. Състоянието на конкуренцията

97. Като взе предвид, че UBC представлява най-голямата бананова група, осигурила през 1974 г. 35 % от целия износ на банани на световния пазар.

98. В случая, въпреки това, следва да се държи сметка само за дейностите му на съответния пазар.

99. По отношение на този пазар, страните имат противоположна позиция относно пазарния дял на UBC във Федерална република Германия и относно целия пазарен дял на ищеца.

100. Като взе предвид, на първо място, че UBC изважда от своя общ дял от целия съответен пазар процентите, приписвани на предприятие Scipio, което купува своите банани франко борд в Централна Америка.

101. Въпреки това следва те да се включат, тъй като Scipio осигурява зреенето почти единствено на банани „Chiquita”, чието изпращане към Европа се координира от дружеството Sven Salène, и защото дружество Scipio следва техническия контрол на UBC, съществуват и споразумения за доставка и за цени между тези две групи, Scipio изпълнява задължението да не препродава зелени банани Chiquita, и от 30 години, то никога не се е опитвало да действа независимо от UBC.

102. Съществуват работни договорености между Scipio и UBC и съвместна дейност относно цените, както и с оглед създаване на привлекателни търговски обекти и във връзка с рекламни кампании.

103. Следва, всъщност да се констатира, че продажните цени, прилагани от Scipio са същите като тези на другите дистрибутори, снабдявани от UBC.

104. От това следва, че не съществува конкуренция между UBC и Scipio.

105. На второ място, Комисията оценява пазарния дял на UBC на 45 %.

106. UBC, обаче отбелязва, че през 1975 г., тази част е спаднала на 41 %.

107. Като взе предвид, че едно предприятие може да има господстващо положение на пазара на даден продукт, само ако е успяло да спечели голяма част от този пазар.

108. Без да се влиза в спор за проценти, които непременно се определят с известна приблизителност, може да се приеме, че е установено, че дяла на UBC на съответния пазар е винаги по-висок от 40 % и се доближава до 45 %.

109. Този процент не позволява обаче да се направи изводът, че UBC автоматично контролира пазара.

110. Това трябва да се прецени, от гледна точка на силата и броя на конкурентите.

111. Като взе предвид, че първо следва да се констатира, че на целия съответен пазар, посочените проценти представляват в общи линии дял, няколко пъти по-голям от този на неговия конкурент в най-добра позиция Castle & Cooke, като другите остават далеч назад.

112. Това обстоятелство, в съчетание с други вече посочени, може да се разглежда като доказателство за преобладаващата сила на UBC.

113. Все пак, не е необходимо едно предприятие да е премахнало всякаква възможност за конкуренция, за да бъде в господстващо положение.

114. В случая конкурентната борба в действителност е била много силна на няколко пъти, през 1973 г. Castle & Cooke са провели на датския и на германския пазар мащабна рекламна и промоционална кампания с намаляване на цените.

115. Едновременно с това Alba е намалило много цените и е предложило продукти на промоция.

116. Неотдавна, конкуренцията на Vellemann & Tas на нидерландския пазар е била толкова силна, че цените са станали по-ниски от тези на немския пазар, които традиционно са най-ниски.

117. Трябва, все пак, да се отчете, че независимо от техните усилия тези дружества не са успели да увеличат чувствително пазарните си дялове на националните пазари, където са атакували.

118. Следва да се отбележи, че тези ограничени във времето и пространството периоди на конкуренция не се разпростират върху целия съответен пазар.

119. Дори да е могло местните атаки на някои конкуренти да могат да бъдат определени като „ожесточени”, може само да се констатира, че UBC им е устояло успешно, или чрез временно адаптиране на цените си (в Нидерландия в отговор на предизвикателството на Vellemann & Tas) или чрез непряк натиск върху посредниците.

120. Освен това, ако се разгледа позицията на UBC на всеки един от разглежданите национални пазари, се установява, че освен в Ирландия, то продава пряко и още това, по отношение на Германия, непряко чрез Scipio, почти два пъти повече банани, от

конкурента в най-добра позиция, и неговите резултати от продажбите не спадат чувствително, дори при появата на нови конкуренти на тези пазари.

121. Икономическата мощ на UBC му е позволила също да установи една гъвкава цялостна стратегия, като се противопоставя на установяването на нови конкуренти на съответния пазар.

122. Особените бариери за навлизане на пазара на конкуренти са изключително големите капиталови инвестиции, които се изискват за създаването и експлоатацията на банановите насаждения, необходимостта да се умножават източниците за снабдяване, за да бъдат избегнати последствията от болестите по плодовете и от природните бедствия (урагани, наводнения), сложната организация, която изисква дистрибуцията на една много нетрайна стока, икономите от мащаба, от които новодошният на пазара не може да се възползва незабавно и абсолютната стойност на началните разходи, които представляват всички общи разходи за проникване на даден пазар, като създаването на подходяща търговска мрежа, стойността на мащабните рекламни кампании, всички финансови рискове, разходите по които са изгубени в случай на неуспех.

123. Така, ако е точно, както отбелязва UBC, че конкурентите имат възможност да използват същите методи на производство и на дистрибуция като ищеца, те се сблъскват с почти непреодолими практически и финансови пречки.

124. Става въпрос и в този случай, за един характерен фактор на господстващото положение.

125. При все това UBC взема предвид загубите, които неговото подразделение „банани” е понесло между 1971 г.- 1976 г., (период, през който конкурентите му са реализирали печалби), за да заключи от това, че след като същността на господството е властта да определяш цените, понасянето на загуби противоречи на съществуването на господстващо положение.

126. Икономическа мощ на предприятие не се измерва според неговата доходност; намален марж на печалба или дори временни загуби не са несъвместими с едно господстващо положение, както и високи печалби могат да бъдат съвместими с положение на ефективна конкуренция.

127. Всъщност, фактът, че UBC е с понякога умерена или липсваща доходност трябва да се разглежда в светлината на съвкупността от неговите дейности.

128. От по-съществено значение е да се отбележи фактът, че каквито и да са евентуалните загуби на UBC, клиентите продължават да купуват повече стоки от UBC, който продава най-скъпо, и този факт е характерна особеност на господстващото положение и неговото проверяване е определящо в случая.

129. Съвкупността от всички преимущества, от които се ползва UBC му гарантира по този начин едно господстващо положение на съответния пазар.

ГЛАВА II –Злоупотреба с господстващо положение

Раздел 1 –Поведение по отношение на дистрибуторите, които осигуряват процеса на зреене на бананите

Параграф 1. Клаузата за забрана на препродажбата на зелени банани

130. Комисията смята, че ищецът е злоупотребил с господстващото си положение по отношение на дистрибуторите, които осигуряват процеса на зреене на бананите, на първо място чрез използването на клауза, вписана в неговите общи условия за продажба, която забранява на неговите дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите да препродават бананите зелени.

131. Тя припомня, между другото, че UBC, е настоявало, също така, пред дистрибуторите, които осигуряват процеса на зреене на бананите да не продават други банани, освен доставяните от UBC, през времето докато продават банани UBC, за да не препродават банани UBC на конкурентни дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите, нито на чуждестранни търговци, като ги е уверило, че е поставило същото изискване по отношение на другите чуждестранни дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите.

132. Тази практика е била въведена през м. януари 1967 г., по времето когато UBC е полагало усилия да лансира в Европа новия сорт банан „Cavendish Valery” под марката „Chiquita”, който щял да замести сорта „Gros Michel”, познат с марката „Fyffes”.

133. Забраната за препродаване на зелени банани е била прилагана стриктно от 1967 г., независимо че не винаги е фигурирала в писмения текст, във всички държави-членки, които съставляват съответния пазар по отношение на вносителите и дистрибуторите, които осигуряват процеса на зреене на бананите на UBC, включително и на групата Scipio.

134. Тази забрана е била онагледена през м. декември 1973 г., когато UBC е отказало да продава на датската фирма Olesen, на която всички дистрибутори (включително и от групата Scipio), към които тя се е обърнала с искане да бъде снабдявана със зелени банани. са отказали да продават, защото техните договори не са им позволявали това.

135. Освен че то допринася непряко за засилване и консолидиране на господстващото положение на UBC, това задължение прави почти невъзможна каквато и да е търговия със зелени банани на UBC, носещи марката или не, както във вътрешността на една държава, така и между държави-членки, и че тази разпоредба има по този начин ефект сравним със забрана за износ.

136. Ефектът от тази клауза е допълнително засилен от политиката, въведена от UBC да доставя на клиентите си само по-малки количества банани, от тези, за които те са направили заявка, което ги поставя в невъзможност да предприемат каквото и да е конкурентно действие срещу разликите в цените, които съществуват между различните държави и ги принуждава да се ограничат до ролята си по осигуряване процеса на зреене на бананите.

137. Тези забрани и тези практики, са, пак според Комисията, едновременно основният елемент на една обща система, която позволява на ищеца да контролира изцяло

пласирането на продукта си и да ограничава действието на конкуренцията, и основата на трите други злоупотреби, за които е UBC упрекувано.

138. Трябвало е да се чака до месеца (31 януари 1976 г.) след Решението от 17 декември 1975 г., което постановява, че ищецът е нарушил член 86 от Договора, (и следователно преди датата 1 февруари 1976 г., която е краен срок, определен от Комисията, за да Ж бъде съобщено за премахването на забраната да се препродават зелените банани), за да изпрати ищецът до всички свои клиенти, установени на съответния пазар, циркулярно писмо, което посочва, че клаузата никога не е целяла да забрани продажбата на зелени банани Chiquita от един одобрен търговец, който осигурява процеса на зреене на бананите, на друг одобрен търговец, който осигурява процеса на зреене на банани Chiquita, нито препродажбата на зелени банани без марка.

139. В отговор на тези обвинения, ищецът отбелязва, че спорната клауза е била редактирана, както следва, за Белгия, Дания и Нидерландия: „Бананите могат да бъдат препродавани само узрели” (датската клауза уточнява, че могат да бъдат препродавани само банани от картина № 3).

140. Клаузата, която се отнася за Нидерландия е била нотифицирана Комисията на 15 ноември 1968 г. както следва: „Продажбата на банани, доставени от нас на конкурентни търговци, които осигуряват процеса на зреене на бананите не е разрешена”.

141. Ищецът е изненадан, че Комисията не е поискала от него да уточни и, ако това е необходимо, да измени съдържанието на условията за продажба, за да може да провери дали той би могъл да се ползва от изключението, предвидено в член 85, параграф 3, и че са Ж били необходими седем години, за да изготви осъдителното си решение.

142. Тази клауза имала за цел единствено да защити марката и следователно в крайна сметка потребителите, като гарантира, че продуктите – селектирани и етикетирани в тропиците – са с образцово качество, като ги запазва за опитни дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите, такива които притежават подходящи инсталации за зреене и прилагат високотехнологични методи, създадени от инженерите на UBC и приемат техния надзор, както и цели да предложи на пазара банани „Chiquita” с най-добро качество.

143. Настоящата клауза никога не е била възприемана, прилагана, нито привеждана в изпълнение като забрана за износ.

144. Ищецът никога не е имал намерението да прибегва до санкции в случай на неспазване.

145. Всъщност търговците на банани продават един извънредно нетраен полуготов продукт, който поради своето естество би трябвало да бъде доведен до състояние на зрялост веднага, вместо да бъде търгуван хоризонтално, и търговията със зелени банани, ако съществуваше, би могла да бъде само с второстепенна роля.

146. Функцията на дистрибутора, който осигурява зреене на бананите е само да осъществява зреенето на бананите и да ги предоставя на търговците на дребно.

147. Всъщност брутния марж на печалба на дистрибутора, който осигурява зреенето на бананите е по-висока от печалбите, които той би могъл да получи, като спекулира със средните разлики в цените между различните пазари, освен в продължение на няколко седмици в годината, и той следователно, не би имал никакъв интерес да се впусне в хоризонтални продажби на зелени банани.

148. Единственият случай, при който външно би могло да остане впечатлението, че клаузата е била задействана е този на Olesen.

149. Това е извънреден случай, дължащ се на спор между UBC и този датски търговец, осигуряващ процеса на зреене на бананите, поставен в различни обстоятелства от тези, при които се прилага забраната за продажба на зелени банани.

150. Във всеки случай, премахването на клаузата, на което ищецът е бил осъден, му се струва „неразумно и неоправдано“, защото след като не притежава никаква собствена инсталация за зреене - освен Spriers в Белгия, която представлява 3,3 % от капацитета на зреене на „съответния пазар“ - той не би бил повече в състояние да гарантира на потребителя качеството на своите банани и това би довело до провал на цялата му търговска политика.

151. Като взе предвид, че изследването на Съда трябва да се ограничи до клаузата, която се отнася до забраната за препродажба на зелени банани, така както е била нотифицирана Комисията на 15 ноември 1968 г., без да има основание да се взема предвид клаузата, така както е била формулирана от UBC на 31 януари 1976 г., т. е. на по-късна дата от датата на Решението на Комисията.

152. Като взе предвид, че клаузата прилагана в Белгия, в Дания и в Нидерландия, доколкото тя е била уточнена писмено, е забранявала да се препродават бананите докато са зелени, независимо дали носят марка или не, и то дори между търговци, осигуряващи процеса на зреене на банани Chiquita.

153. Тъй като UBC е сметнало, че трябва да уточни в циркулярното писмо от 31 януари 1976 г., изпратено на всички дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите, между които и тези установени в Германия, че клаузата не е била установена писмено за Германия, то по този начин признава мълчаливо нейното съществуване на немския пазар, като въпросната клауза очевидно се е подразбирала или е била изразявана устно.

154. Според общите условия за продажба за 1967 г., UBC „иска настоятелно от своите клиенти да следят притежаваните от банани да не бъдат препродавани на чуждестранни търговци, то е поискало същото и от своите чуждестранни клиенти, по отношение на Нидерландия. То няма да се поколебае да вземе необходимите мерки, ако изложеното по-горе не бъде спазено по един или друг начин.

155. Тази формулировка предполага, че UBC, като е далеч от мисълта да отхвърли идеята за налагане на санкции на одобрените дистрибутори, осигуряващи процеса на зреене на бананите, които не биха се съобразили с тези инструкции, посочва тази възможност като заплаха.

156. Освен това Olesen безспорно е понесло сериозната последица от тази клауза, когато, след отказа на UBC да го снабди, е поискал да се снабди с банани Chiquita от Scipio и от одобрените датски дистрибутори.

157. Да се наложи на търговеца, който осигурява процеса на зреене на бананите, задължението да не ги препродава докато не ги е довел до състояние на зрялост и да се ограничат дейностите на този търговец единствено до контакти с търговците на дребно, представлява ограничаване на конкуренцията.

158. Въпреки че следването на политика на качество е препоръчително и легитимно, по-специално чрез избора на продавачите в зависимост от обективни критерии, свързани с квалификацията на продавача, на неговия персонал и на неговите инсталации, тази практика може да бъде оправдана само ако не създава пречки, чийто резултат надхвърля поставените цели.

159. В случая, и независимо, че тези условия за подбор са били определени по обективен и недискриминационен начин, забраната за препродажба, наложена на одобрените дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите Chiquita и тази да препродават банани без марка, независимо че нетрайният характер на банана ограничава на практика възможностите за препродаване след един определен срок, представлява безспорно злоупотреба с господстващо положение, като ограничава възможностите за продажба във вреда на потребителите и като засяга търговията между държавите-членки, по-специално като създава прегради между националните пазари.

160. По този начин, тази организация на пазара, която е присъща на UBC е ограничавала търговците, които осигуряват процеса на зреене на бананите, в ролята на снабдител на местния пазар и им е пречела да развиват своите възможности за преговори в отношенията с UBC, който между впрочем засилва още повече своята икономическа власт върху тях, като им доставя по-малко стоки отколкото те са поръчвали.

161. От всички тези съображения следва, че спорната клауза за забрана на препродажбата на зелени банани, нарушава член 86 от Договора.

162. Обжалваното решение, следователно е правилно в тази част.

Параграф 2. Отказът да продължи доставките на Olesen

163. Като взе предвид, че Комисията смята, че UBC е нарушило член 86 от Договора, като е преустановило, от 10 октомври 1973 г. до 11 февруари 1975 г., своите доставки на банани Chiquita за Olesen.

164. Това преустановяване, според телекс съобщение от 11 октомври 1973 г., отправено от UBC до Olesen, е настъпило поради това, че този дистрибутор е участвал в рекламна кампания, започнала през месец октомври 1973 г. в Дания за бананите Dole.

165. След това преустановяване на доставките Olesen се е обърнал напразно към седем други дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите на UBC в Дания,

както и към едно дружество от групата Scipio в Хамбург, за да получи зелени банани Chiquita.

166. Това положение му е причинило сериозни щети, породени от загубите от продажби и на няколко важни клиенти, между които Association des Cooperateurs (FDB) (Сдружението на датските кооператори), които купували от него 50 % от бананите му.

167. На 11 февруари 1975 г. UBC и Olesen са сключили споразумение, според което, UBC се е задължило да поднови доставките на банани за Olesen, а той е оттеглил жалбата, която е бил подал до Комисията.

168. Комисията вижда в този отказ за доставка, който не би могъл да бъде обективно оправдан, една произволна намеса в управлението на делата на Olesen, която му е причинила вреди и цели да разубеди дистрибуторите, осигуряващи зреене на бананите на UBC да продават конкурентни марки или най-малкото да ги рекламират, и това са факти, които са нарушение на член 86 от Договора.

169. Ищецът твърди, че следва политика много по-либерална от тази на неговите конкуренти, по отношение на дистрибуцията.

170. Неговите дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите, били свободни да продават продукти на конкурентни марки, да правят реклама на тези продукти, да намаляват поръчките си, да ги анулират и преустановяват отношенията си, когато решат.

171. Инцидентът Olesen би следвало да се разгледа в тази рамка.

172. През 1967 г. като става най-големия търговец, който осигурява процеса на зреене на банани Chiquita в Дания, Olesen упражнява натиск върху UBC, за да получи привилегировани условия в сравнение с другите седем одобрени от ищеца датски търговци, осигуряващи процеса на зреене на бананите.

173. Когато получил отказ, Olesen станало, през м. октомври 1969 г., изключителен вносител-дистрибутор на дружество Standard Fruit.

174. През 1973 г. Standard Fruit обяви на пресконференция, че бананите Dole ще изместят банани Chiquita в целия свят.

175. Тогава Olesen продавал все по-малко банани Chiquita, като умишлено стимулирал продажбите на банани Dole. Olesen не е положило за узряването на бананите Chiquita същите грижи, като тези които полагало за това на бананите от други марки.

176. При тези обстоятелства, белязани от дискусии, развили се в дългосрочен план, е настъпил разрывът, който не е имал внезапен и непредвидим характер.

177. Разрывът, следователно е бил достатъчно оправдан от факта, че когато една фирма е подложена на директна атака от своя главен конкурент, който е успял да направи от един от нейните най-важни дългогодишни клиенти свой изключителен представител за цялата страна, това дружество, в свой собствен интерес и в интерес на конкуренцията, не би могло да не отговори, за да не изчезне от този национален пазар.

178. Ищецът допълва, че тази оправдана мярка не представлявала злоупотреба, тъй като този отказ за доставка не е засегнал ефективната конкуренция на датския пазар, който бил отчел спад с 40 % на цените на дребно на бананите Chiquita, за две седмици в края на 1974 г., в резултат на надпреварата между конкурентите, породена от тези обстоятелства.

179. В крайна сметка отказът да продава на Olesen не е имал въздействие върху търговията между държавите-членки, тъй като бананите Dole само преминават през Германия от Hamburg, а бананите Chiquita от Bremerhaven.

180. Следователно тези сделки не са били в рамките на Общността, а в действителност представляват търговски обмен между Дания и третите страни, от където произхождат бананите.

181. Поради всички тези причини, след като отказът за продажба не представлява, сам по себе си, специфично нарушение, то ищецът смята, че неговото осъждане по този пункт не е оправдано.

182. Като взе предвид, че следва, при тези противоречиви становища, да се изтъкне, от самото начало, че едно предприятие, което разполага с господстващо положение за търговията с даден продукт, който се ползва с репутацията на позната и ценена от потребителите марка, не би могло да преустанови доставките на дългогодишен и спазващ търговската практика клиент, когато в поръчките на този клиент няма нищо необичайно.

183. Едно такова поведение би противоречало на целите, изложени в член 3, буква е) от Договора, подробно посочени в член 86, по-специално в букви б) и в), тъй като отказът за продажба би ограничил достъпа до пазари във вреда на потребителите и би представлявал дискриминация, която би могла да доведе до отстраняване на търговски партньор от съответния пазар.

184. Следователно е важно да се разбере дали преустановяването на доставките от UBC през м. октомври 1973 г. е било оправдано.

185. Посочената причина се намира в писмото на ищеца от 11 октомври 1973 г., в което той ясно упреква Olesen за това, че е участвало в рекламна кампания за един от неговите конкуренти.

186. UBC впоследствие е добавило към този мотив определен брой обвинения, като това, че е изключителен представител на неговия основен конкурент на датския пазар.

187. Това положение не е новост, тъй като то датира от 1969 г., и във всеки случай, то не противоречи на лоялните търговски практики.

188. Най-накрая, нито един основателен довод не е бил представен от UBC, за да оправдае отказа на доставки.

189. Въпреки това е вярно, както отбелязва ищецът, че фактът, че предприятие е в господстващо положение не би могло да го лиши от правото да защитава собствените

си търговски интереси, когато те са атакувани, и че на такова предприятие трябва да му се предостави, в разумна степен, правото да предприема разумни действия, които то прецени за подходящи, с оглед опазване на неговите интереси, то такова поведение не може да бъде допускано, когато то има за цел именно да засили това господстващо положение и да се злоупотреби с него.

190. Дори да може възможността за отпор да е приемлива, то той трябва да бъде пропорционален на заплахата, с оглед на икономическата мощ на съответните конфронтиращи се предприятия.

191. Санкцията, който се състои в отказ на доставки от предприятие в господстващо положение надхвърля това, което разумно би могла да планира като санкция, ако възникне такава ситуация, срещу поведение подобно на това, в което UBC упреква Olesen.

192. В действителност UBC не е могло да не знае, че като действа по този начин ще разубеди другите си дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите да подкрепят рекламирането на други марки, и че възпиращият ефект на санкцията, наложена на един от тях ще направи още по-ефективна неговата силова позиция на съответния пазар.

193. Един такъв метод, по този начин, засяга сериозно независимостта на малките и средни предприятия в търговските им отношения с предприятието в господстващо положение, независимост, която предполага правото да отдават предпочитания на стоки на конкуренти.

194. В настоящия случай, използването на такъв метод има опасност да засегне сериозно конкуренцията на съответния пазар на банани, като остави да оцелеят само предприятия, зависими от господстващото предприятие.

195. Аргументът на ищеца, че според него спадането с 40 % на цените на бананите на датския пазар показва, че конкуренцията не е била засегната от отказа на доставка за Olesen, не може да бъде възприет.

196. В действителност, това спадане е било само последица от много силната конкуренция, определена на времето като „война на бананите”, в която са се впуснали двете транснационални дружества UBC и Castle & Cooke.

197. Ищецът твърди, че отказът да снабди Olesen не е могъл да има въздействие върху търговията в Общността, тъй като според него, след като всички банани идват от трети страни (Латинска Америка) и просто преминават през страните от общия пазар преди да пристигнат в държавата-членка, където се консумират, те не участват в търговията в рамките на Общността.

198. Ако този довод беше основателен, съвкупността от европейската търговия на UBC, със стоки от трети страни не би се подчинявала на правото на Общността.

199. Всъщност, когато Olesen е било лишено от доставка, на него му е било невъзможно да закупи банани Chiquita в Bremerhaven и следователно, е трябвало да внесе в Дания, същите количества банани, както е направило преди прилагането на тази мярка.

200. То е бил принудено да купува банани от други марки извън Дания и да ги внася в Дания.

201. Освен това, когато заемащият господстващо положение, установен на общия пазар, се опитва да отстрани конкурент, който също е установен на този пазар, няма значение дали това поведение засяга търговията между държавите-членки, след като е установено, че това отстраняване ще има отражение върху структурата на конкуренцията на общия пазар.

202. От това следва, че отказът за снабдяване на един редовен дългогодишен клиент, който купува с цел да препродаде в друга държава-членка, оказва въздействие върху нормалното движение на търговския обмен и има чувствително въздействие върху търговията между държавите-членки.

203. Следователно заключението на решението, според което UBC е нарушило член 86 от Договора, като е отказало да снабди Olesen, е обосновано.

Раздел 2 – Ценовата политика

Параграф 1. Дискриминационни цени

204. Всички банани, продавани от UBC на съответния пазар с марката „Chiquita” имат един и същ географски произход, принадлежат на един сорт (Cavendish Valery) и са с почти еднакво качество.

205. Те се разтоварват в две пристанища, Rotterdam и Bremerhaven, където разходите за разтоварване се различават само с няколко цента от долара за кутия от 20 килограма, и се препродават, освен на Scipio в Ирландия, при същите условия на продажба и плащане, след като бъдат натоварени на вагони или на камиони на купувачите, като цената на една кутия е средно между 3 и 4 долара и стига до 5 долара през 1974 г.

206. Цените на превоза от пристанищата на разтоварване до местата на инсталациите за зреене и размерът на митата, дължими съгласно Общата митническа тарифа, се поемат от купувача, освен в Ирландия.

207. При тези условия, би могло да се очаква, на всички клиенти, които идват да се снабдят в Rotterdam и Bremerhaven да бъде предложена от UBC една и съща продажна цена на банани Chiquita.

208. Комисията упреква ищеца за това, че прилага всяка седмица, за продажбата на своите банани с марка, без обективна причина, различна продажна цена, която се различава съществено в зависимост от държавата-членка, където са установени неговите клиенти.

209. Тази политика на различни цени в зависимост от държавите-членки, за които са предназначени бананите, е била прилагана най-малко от 1971 г. за потребителите от Федерална република Германия, от Нидерландия и от Белгийско-люксембургския икономически съюз, към които са се присъединили от м. януари 1973 г. тези от Дания и от м. ноември 1973 г., тези от Ирландия.

210. Тези максимални седмични разлики, установени между две местоназначения са били средно за цялата 1971 г. от 17, 6 %, през 1972 г. – от 11, 3 %, през 1973 г. – от 14, 5 %, през 1974 г. – от 13, 5 %.

211. Тези най-високи седмични разлики (цена за кутия) са били съответно между потребителите в Германия, от една страна и белгийско-люксембургските и нидерландски клиенти, от друга страна:

- - през 1971 г. от 32 % и от 37 %,
- - през 1972 г. от 21 % и от 30 %,
- - през 1973 г. от 18 % и от 43 %,
- - през 1974 г. от 25 % и от 54 %,

- а между датските клиенти, от една страна, и белгийско-люксембургските и нидерландските клиенти, от друга страна:
- - през 1973 г. от 24 % и от 54 %,
- - през 1974 г. от 16 % и от 17 %,

212. Цената, поискана от белгийските клиенти е била по-висока средно с 80 % от тази, заплащана от ирландските клиенти.

213. Максималната разлика в цената е 138 % между цената за доставка в Rotterdam, прилагана от UBC за неговите ирландски клиенти и цената франко вагон в Bremerhaven, прилагана по отношение на датските клиенти, т.е., цената плащана от датските клиенти е била 2,38 пъти по-висока от цената, плащана от ирландските клиенти.

214. Комисията определя тези факти като злоупотреба с господстващо положение, заради прилагането на неравни условия за еднакви престации по отношение на търговски партньори, като ги поставя по този начин в конкурентно неизгодно положение .

215. Ищецът твърди, че неговите цени са определени от законите на пазара, и че следователно те не биха могли да бъдат дискриминационни.

216. Освен това, средната разлика в цените на банани „Chiquita”, между съответните национални пазари достигна само до 5 % през 1975 г.

217. Всяка седмица, цената се изчислявала по начин, който да отразява, доколкото е възможно, очакваната пазарна цена на зрелите банани Chiquita през следващата седмица за всеки национален пазар.

218. Тази цена, определена от централата в Rotterdam, след разискване и преговори между местните представители на ищеца и дистрибуторите които осигуряват процеса на зреене на бананите, трябвало задължително да бъде съобразена с характерните особености на положението на конкуренцията, при условията на която действат дистрибуторите, които осигуряват процеса на зреене на бананите във всяка страна.

219. Тя намира своето обективно основание в средната очаквана пазарна цена.

220. Тези разлики в цените се дължали на променящите се фактори на пазара, като време, различно присъствие на сезонни конкурентни плодове, отпуски, стачки, правителствени мерки, различни валутни курсове.

221. Накратко ищеца е помолен от Комисията да предприеме подходящи мерки за създаване на единен пазар на банани, след като тя самата не е била в състояние да го осъществи.

222. Според ищеца, докато институциите на Общността не създадат механизмите на единен пазар на банани и различните пазари продължават да бъдат национални и да отговарят на тяхното съотношение между търсене и предлагане, ще бъде невъзможно да се избегне наличието на разлики в цените между тези пазари.

223. Отговорите, дадени от UBC на исканията за данни на Комисията (писмата от 14 май, 13 септември, 10 и 11 декември 1974 г. и 13 февруари 1975 г.) показват, че UBC прилага всяка седмица, за своите банани, продавани с марката „Chiquita”, продажна цена, която се различава, според държавата-членка, където то упражнява търговска дейност като дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите, съгласно съотношенията, които посочва Комисията.

224. Разликите в тези цени биха могли да достигнат през някои седмици 30 - 50 %, при положение, че предоставените престации са еднакви (с изключение на групата Scipio, със забележката, че бананите, които излизат от инсталациите за зреене на Scipio се продават на същата цена, като тези продавани от независимите търговци, осигуряващи процеса на зреене на банани).

225. Всъщност бананите, продавани от UBC, пристигат със същите кораби, биват разтоварени при същите разходи в Rotterdam или в Bremerhaven и разликите в цените се отнасят до еднакви в голяма степен количества банани от един и същи сорт, с еднаква степен на зрялост, с почти еднакво качество, продавани с една и съща марка – „Chiquita”, при едни и същи условия за продажба и плащане, за да бъдат натоварени на превозните средства на купувачите, които, освен това са длъжни да платят митните сборове и транспортните данъци и разходи от тези пристанища.

226. Тази политика на дискриминационни цени е била прилагана от UBC по отношение на клиентите в Германия, в Нидерландия и в Белгийско-люксембургския икономически съюз от 1971 г., към които са се присъединили тези от Дания в началото на 1973 г. и тези от Ирландия, от м. ноември 1973 г.

227. Въпреки че ищецът не е задължен да създаде единния пазар на банани, той може да се опитва да извлече от пазара „това, което той може да понесе”, само при условие че спазва правилата за регулиране и координация на пазара, установени от Договора.

228. Ако може да бъде разбрано, че различията в транспортните разходи, данъчното облагане, митните сборове, заплатите на работната ръка, условията на търговия, различният валутен курс на валутите, силата на конкуренцията, могат евентуално да доведат до различни нива на цените за препродажба на дребно според държавите-членки, това са елементи, които UBC, може да вземе предвид само в ограничена степен,

тъй като то продава един продукт, който не се променя, и на в същото време го продава на дистрибутор, който сам трябва да понесе рисковете на потребителския пазар.

229. Взаимодействието на търсенето и предлагането, съгласно техния характер, следва да се прилагат само при стadiaте, при които то се проявява реално.

230. Механизмите на пазара се променят, ако цената се изчислява, като се прескача едно стъпало на пазара, като се вземат предвид не само законът на търсенето и предлагането между продавача (UBC) и купувача (дистрибуторите, които осигуряват процеса на зреене на бананите), но между продавача и крайния потребител.

231. Така, поради господстващото си положение, UBC, информирано от своите местни представители, е могло фактически да налага своята продажна цена на междинния купувач. Тази цена, както и седмичната предоставена квота, са били определени и съобщавани на клиента само четири дни преди пристигането на транспортния кораб на пристанището.

232. Тези дискриминационни цени според държавите-членки, представляват също и пречки за свободното движение на стоките, чийто ефект се е засилил от клаузата, която забранява препродажбата на зелени банани и от ограничаването на доставките на поръчаните количества.

233. По този начин е било създадено едно устойчиво разделяне на националните пазари на изкуствено различни ценови нива, което поставя някои дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите, в неблагоприятно конкурентно положение, като по този начин се нарушава конкуренцията предвид това, което тя би трябвало да представлява.

234. Следователно, политиката на различните цени, която позволява на UBC да прилага, по отношение на търговските партньори, различни условия за еднакви престации, като им налага неблагоприятно конкурентно положение, представлява злоупотреба с господстващо положение.

Параграф 2. Несправедливи цени

235. Комисията смята, че UBC е злоупотребило също с господстващото си положение, като е прилагало несправедливи продажни цени, в случая, цени, които тя намира за „прекомерни, по отношение на икономическата стойност на предоставяния продукт”, по отношение на своите клиенти от Германия (с изключение на групата Scipio), от Дания, от Нидерландия и от Белгийско-люксембургския икономически съюз, .

236. Политиката на разпределение на съответния пазар е позволила на UBC да прилага за бананите „Chiquita” цени, защитени от ефективна конкуренция, и които, като имаме предвид, че бананите са широка употребяван хранителен продукт, често достигат до големи разлики в цената, които не биха могли да бъдат обективно оправдани.

237. Тези разлики в цената показват, че най-високите цени са прекомерни в сравнение с най-ниските цени, още повече след като последните носят печалба.

238. В следствие на писмо на UBC от 10 декември 1974 г., на Комисията е сметнала за оправдано, без анализиране на структурата на разходите на UBC, да приеме цените, прилагани по отношение на ирландските клиенти за показателни, а разликите между цените *cif* Дъблин, предавани в Rotterdam и другите цени, прилагани от UBC за продажбите му франко вагон в Rotterdam или в Bremerhaven, показват печалби от същата величина като тези разлики.

239. Цените, прилагани от UBC по отношение на неговите клиенти в Германия (с изключение на групата Scipio), от Дания, от Нидерландия и от Белгийско-люксембургския икономически съюз, са значително по-високи, а понякога и с над 100 %, от цените прилагани по отношение на неговите клиенти в Ирландия и предполагат за него много висока и прекомерна печалба по отношение на икономическата стойност на доставяния продукт.

240. Значението на тези забележки е допълнително засилено от обстоятелството, че съществува разлика в цените от 30 до 40 % между бананите Chiquita и бананите без марка, макар че качеството на последните е малко по-ниско от това на бананите с етикет, и от обстоятелството, че цената на бананите продавани без марка и със сходно качество от неговите основни конкуренти е по-ниска, а техните предприятия отбелязват печалби.

241. С оглед на това положение, Комисията обмисля намаление от UBC на нивото на цените му с най-малко 15 % под цените, които от прилага за неговите клиенти от съответния пазар, с изключение на Ирландия, като се има предвид, че прилаганите несправедливи цени представляват злоупотреба с господстващо положение от страна на UBC.

242. Ищецът, като се противопоставя на тезата на Комисията, подчертава много ниската цена на бананите на всички нива на банановата верига и дава пример за това с тон банани, който може да бъде внесен в Германия, през 1956 г., на цена от 697 германски марки и спаднала на 458 германски марки през 1973 г., което отговаряло на реално намаление от 50 %.

243. Логиката на Комисията, за да докаже, че UBC прилага прекомерни цени е погрешна, тъй като се основава на писмото от 10 декември, което посочва, „че UBC е продало банани на ирландските дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите, на цени, които му позволяват значително по-малък марж в сравнение с други държави-членки”, чието съдържание, изготвено преди 31 декември 1974 г., датата на приключване на финансовата година, беше опровергано на два пъти от ищеца, а от документ, приложен към исковата молба личи, че цените, прилагани в Ирландия са донесли загуби на UBC.

244. Следователно е било произволно изхождането на Комисията от ирландските цени, прилагани в продължение на няколко месеца с цел да получи достъп до ирландския пазар, който е представлявал само 1,6 % от общите количества банани, внесени през 1974 г. в целия съответен пазар, с оглед да бъдат начислени печалбите, които са били реализирани на останалата част от съответния пазар и през предходните години, когато прилаганите цени не позволиха реализирането на никакви печалби от 1970 г. до 1974 г. включително на съответния пазар.

245. Ищецът смята, че разликата в цената между бананите с марка и тези без етикет е оправдана, тъй като предохранителните мерки, вземани от брането до продажбата на потребителя са достатъчно основание за тази разлика.

246. Той се стреми да докаже, освен това, че съществуват реални различия в качеството между бананите Chiquita и другите марки, и разликата в цената – средно 7,4 % между 1970 г. и 1974 г. е оправдана.

247. То твърди, че задължението за намаляване на цените с 15 % е неразбираемо, когато става въпрос за цени, които се променят всяка седмица на целия съответен пазар, и неприложимо, тъй като едно намаление от такъв порядък би го принудило да продава банани с по-високо качество от тези на своите конкуренти, на цени по-ниски от тези, прилагани от конкурентите му за техните банани.

248. Обстоятелството, че предприятие в господстващо положение налага, пряко или непряко, несправедливи цени за покупка или за продажба, представлява злоупотреба наказуема по смисъла на член 86 от Договора.

249. Следователно е необходимо да се изследва дали това предприятие, което е в господстващо положение е използвал възможностите, които произтичат от това господстващо положение, за да получи преимущества при сделки, които той не би получил в случай на нормална и достатъчно ефективна конкуренция.

250. Една такава злоупотреба се състои, в случая, в прилагането на една прекомерна цена, без тя да има разумно отношение с икономическата стойност на доставяния продукт.

251. Това прекомерно увеличение би могло, освен това, да бъде обективно оценено ако можеше да бъде измерено, като се сравнят продажната цена на съответния продукт с неговата себестойност, сравнение, от което би се получила големината на маржа на печалба, което обаче Комисията не е направила, като не е извършила анализ на структурата на разходите на UBC.

252. Ако, при това положение, ставаше въпрос да се прецени дали съществува прекомерно разминаване между реално направените разходи и реално прилаганата цена и, ако е така, да се изследва дали има налагане на една несправедлива цена, на абсолютно ниво, или в сравнение с конкурентни продукти.

253. Могат да бъдат възприети други методи, и икономическата теория не е пропуснала да разработи няколко, за да се разграничат критериите за определяне дали цената на един продукт е несправедлива.

254. Докато се оценяват непренебрежимите и понякога твърде големи трудности за установяване на производствените разходи, които може да включват понякога произволно разпределяне на непреки разходи и на общи разходи, и в които може да се наблюдават значителни различия в зависимост от размера на предприятието, неговия предмет на дейност, неговата сложност, неговия териториален обхват, еднообразието или разнообразието на неговите производства, броя на неговите дъщерни дружества и тяхната взаимна свързаност, производствените разходи за бананите не изглеждат като непреодолими проблеми.

255. Наистина в случая се установява, от едно изследване, осъществено от Конференцията на Организация на обединените нации за търговия и развитие от 10 февруари 1975 г., че структурата на производството, опаковането, превоза, пускането на пазара и дистрибуцията на бананите би могла да позволи приблизителното изчисляване на себестойността на този плод и, следователно, да се прецени, от гледна точка на неговата продажна цена за дистрибуторите, които осигуряват процеса на зреене на бананите, дали тя е била прекомерна.

256. Комисията е трябвало поне да изиска от UBC всички съставни елементи на неговите производствени разходи.

257. Истинността на представените документи би могла да бъде поставена под съмнение, но тогава това би било доказателствен въпрос.

258. Комисията основава заключението си за съществуването на прекомерни цени върху анализ на разликите – прекомерни според нея – между цените, прилагани в различните държави-членки, и върху разгледаната по-горе политика на дискриминационни цени.

259. Тя е основала своята аргументация върху писмото на ищеца от 10 декември 1974 г., което признава, че търговската надценка, която оставала за него от продажбата на бананите на ирландските дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите, е била значително по-малка отколкото в някои други държави-членки и заключава от това, че отклоненията между цените *cif* Дъблин, предавани в Rotterdam и другите прилагани от UBC за неговите продажби франко вагон в Rotterdam или в Bremerhaven, представляват печалби от същата величина като тези разлики.

260. Като се установи, че цените, прилагани по отношение на дистрибутори, които осигуряват процеса на зреене на бананите от другите държави-членки са били значително по-високи, понякога с над 100 %, спрямо цените, прилагани по отношение на ирландските клиенти, тя е заключила, че UBC реализира много високи печалби.

261. Въпреки всичко Комисията не е взела предвид при тези разсъждения няколко писма на UBC, към които е приложен поверителен документ, който оспорва съдържанието на писмото от 10 декември 1974 г. и посочва, че цените, прилагани в Ирландия са му донесли загуби.

262. Ищецът допълва, че цените, прилагани на съответния пазар, не са му позволили да реализира печалби през последните пет години, освен през 1975 г.

263. Тези твърдения на ищеца не са подкрепени от счетоводни документи, които да доказват консолидираните сметки на групата UBC, нито дори от консолидираните сметки за съответния пазар.

264. Колкото и ненадеждни да са доказателствата, представени от UBC (и по-специално вече упоменатия документ, който изчислява „загубите“ на ирландския пазар през 1974 г. без особени доказателства), остава фактът, че Комисията трябва да представи доказателства, че ищецът е прилагал несправедливи цени.

265. Въз основа на оспорванията на UBC, недостатъчно обосновано отхвърлени от Комисията, се установява, че основата за изчисляване, възприета от нея, за да докаже прекомерните цени, подлежи на критика, и че специално по този пункт остава съмнение, което трябва да се тълкува в полза на ищеца особено, тъй като от почти 20 години цените на бананите, като постоянни цени, не са се увеличили на съответния пазар.

266. Ако е точно също, че съществува разлика между цената на бананите Chiquita и тази на техните основни конкуренти, тя е от около 7 %, размер, който не е оспорен, и който не може автоматично да се разглежда като прекомерен и следователно несправедлив.

267. При тези условия, се оказва, че Комисията не е установила с достатъчно правни средства фактите и оценките, на които се основава, за да осъди UBC за налагането по пряк или непряк начин на несправедливи продажни цени на бананите.

268. Следва да бъде отменен член 1, буква в) от Решението.

ГЛАВА III – Относно редовността на процедурата

Раздел 1 – Жалби, свързани с правото на справедлив процес

269. Ищецът се жалва от бързината, с която е протекла административната процедура, от материални грешки във възраженията, за които той е сигнализирил на Комисията, и които не са били поправени – като например предполагаемите печалби, реализирани в Ирландия, - от краткостта и неяснотата на мотивирането на някои обвинения, като това относно несправедливите цени, и той смята, че това поведение на Комисията се равнява на нарушение на правото му на справедлив процес.

270. Член 11 от Регламент № 99/63/ЕИО на Комисията от 25 юли 1963 г. Ж препоръчва да „вземе предвид времето необходимо за изготвянето на становища”, „срок, който не може да бъде по-кратък от две седмици”.

271. След едно предварително разследване от около една година, административната процедура е започнала на 19 март 1975 г.

272. UBC е имало два месеца (от 11 април 1975 г. до 12 юни 1975 г.), за да представи своите становища, и че то самото е поискало изслушване на 24 юни 1975 г. както е предвидено в член 19, параграф 2 от Регламент № 17 на Съвета (Първи регламент за прилагане на членове 85 и 86 от Договора) от 6 февруари 1962 г.

273. От тези дати става ясно, че процедурата е проведена в нормални срокове и не може да бъде предмет на оплаквания за прибързана процедура.

274. По отношение на оплакването за недостатъчно мотивиране на обвиненията, член 4 от Регламент № 99/63 предвижда, че в своите решения Комисията запазва само тези нарушения, по отношение на които адресата на акта е имал възможност да изложи своята гледна точка.

275. Изложението на обвиненията отговаря на това изискване, след като то излага, макар и накратко, но по ясен начин, основните факти, на които се основава Комисията.

276. В Съобщението си от 19 март 1975 г. Комисията е изложила ясно основните факти, на които основава изложените обвинения и е посочила в каква степен UBC притежава господстващо положение и е злоупотребило с него.

277. Следователно не се установява, в хода на процедурата пред Комисията, да е имало някакво нарушение на правото на справедлив процес.

278. Що се отнася до другите обвинения, това са въпроси по същество.

279. Следователно това оплакване няма правни основания.

Раздел 2 –Искът на ищеца за обезщетение за загуби и пропуснати ползи

280. Ищецът твърди, че поведението на Комисията в хода на процедурата е било повлияно от пристрастност.

281. С цел да се опита да обоснове това нарушение, той посочва: „прекомерността на разликите в цените между държавите, посочени в проучванията на Комисията, описанието, за което той заявява че е погрешно, на успехите на UBC на ирландския пазар, подвеждащо представяне на изследване на ФАО за конкуренцията между бананите и летните плодове, твърдението, че „бананите могат да бъдат превозвани само незрели и зелени”, неточното представяне на намаляването на доставките за Olesen.

282. Проверката на точността на тези обвинения е въпрос по съществуването на делото и страните дълго са развивали своите гледни точки по този въпрос.

283. Няма основание да се твърди, че Комисията е упоменала тези въпроси тенденциозно.

284. Ищецът заявява, че е понесъл морални вреди, поради обстоятелството, че представител на Комисията, преди приемането на решението, е направил оклеветяващо изявление пред вестник за търговското поведение на UBC, коментари, които са били подети от световната преса и представили като доказани предполагаемите нарушения, когато всъщност съответните страни все още не са били изложили защитните си позиции.

285. Поради това, Комисията не беше повече в състояние да преценява спокойно фактите по делото и аргументите, приведени от ищеца.

286. Нито едно доказателство по преписката не позволява да се предположи, че обжалваното решение не би било прието или би имало различно съдържание, без съществуването на тези спорни прояви, които сами по себе си са достойни за съжаление.

287. Нищо не сочи, че поведението на Комисията е било такова, че да наруши нормалното провеждане на процедурата.

288. При тези условия, искането за обезщетение за загуби и пропуснати ползи, насочено срещу нея трябва да бъде отхвърлено.

ГЛАВА IV – Санкции

289. Комисията, с цел да наложи глоба в размер на един милион разчетни единици за четирите нарушения, които тя е приела за извършени от UBC, като изтъква, че UBC „е показало, най-малкото небрежност”, е взела предвид тяхната тежест, тяхната продължителност и големината на предприятието.

290. По отношение на тяхната сериозност, тя ги е разгледала в техния икономически и правен контекст, като е взела предвид тяхната взаимосвързаност и техните последици, които очевидно противоречат на целите на интеграцията на пазарите, и като е отчела факта, че бананите са продукт за широко потребление.

291. По отношение на продължителността на нарушенията, Комисията е приела, че забраната да се препродават зелени банани би трябвало да се вземе предвид само от м. януари 1967 г. до 15 ноември 1968 г., която е датата на нотифициране на Комисията за общите условия за продажба за Нидерландия.

292. В резултат на това, поради действията на UBC след 15 ноември 1968 г. и които са останали в рамките на дейността, описана в нотификацията, повече не е имало констатирана небрежност от страна на UBC, и тези последващи действия не са били санкционирани с глоба.

293. Между другото, по време на производството за приемане на временни мерки от 5 април 1976 г., Комисията е взела предвид изменението на спорната клауза, като същевременно е изразила мнение, че това е трябвало да се случи по-рано.

294. Според Комисията, преустановяването от UBC на доставките на банани „Chiquita” за Olesen е продължило между 10 октомври 1973 г. и 11 февруари 1975 г., и Комисията твърди, че е взела предвид обстоятелството, че UBC доброволно е преустановило това нарушение.

295. Ценовата политика се е прилагала най-малко от 1971 г. по отношение на клиентите на UBC, установени в Германия, в Нидерландия и в Белгийско-люксембургския икономически съюз, от м. януари 1973 г., по отношение на датските клиенти, и от м. ноември 1973 г. по отношение на ирландските клиенти.

296. Най-накрая според Комисията размерът на глобата е бил определен на 1 милион разчетни единици в светлината на общия оборот на UBC, който е от около два милиарда долара, и на този от петдесет милиона долара, реализиран от банани на съответния пазар, както и на много високата печалба, реализирана благодарение на неговата ценова политика.

297. Освен това, с цел да задължи UBC да преустанови тези нарушения, доколкото то не го е направило доброволно, тя го е осъдила под заплаха от имуществена санкция, да съобщи за премахването на забраната за препродажба на зелените банани на всички свои дистрибутори които осигуряват процеса на зреене на бананите, установени в Германия, в Дания, в Ирландия, в Нидерландия и в Белгийско-люксембургския

икономически съюз, не по-късно от 1 февруари 1976 г., както и да информира Комисията два пъти годишно в продължение на две години за цените, които е прилагало през предходното шестмесечие за същите клиенти.

298. Ищецът твърди, че той не е знаел, че има господстващо положение и следователно, още по-малко, че е злоупотребявал с него, още повече, че според съдебната практика до този момент е било прието, че само предприятия, които са в монополно положение или които контролират съществен дял от пазара, са в господстващо положение.

299. UBC е предприятие, което от дълги години участва в международната и вътрешната търговия, познава особено добре законите, свързани с конкуренцията, и чиято строгост то вече е понасяло.

300. Като създава една търговска система, която съчетава забраната да се продават зелени банани, дискриминационни цени, доставки, които са по-малки от поръчаното количество, всичко това, за да постигне едно строго разделяне на националните пазари, UBC е вземало мерки, за които е знаело или е трябвало да знае, че те ще нарушат забраната, определена в член 86 от Договора.

301. Следователно с основание Комисията е констатирала, че UBC е извършило тези нарушения, като най-малкото е показало небрежност.

302. Размерът на наложената глоба не изглежда несъразмерен по отношение на сериозността и на продължителността на нарушенията (както и на големината на предприятието).

303. Редно е, все пак, да се вземе предвид частичната отмяна на Решението и да се намали съответно определения от Комисията размер на сумата.

304. Изглежда оправдано да се намали размерът на глобата на 850 000 (осемстотин и петдесет хиляди) разчетни единици, платими в националната валута на предприятието ищец, чието седалище се намира в Общността, т. е. 3 077 000 нидерландски гулдена (три милиона и седемдесет и седем хиляди нидерландски гулдена).

По съдебните разноски

305. Съгласно член 69, параграф 2 от Процедурния правилник, загубилата делото страна се осъжда да заплати съдебните разноски, ако е направено такова искане. .

306. По силата на параграф 3 от същия член, ако всяка страна успее по някой пункт от исканията си или той бъде отхвърлен, или в изключителни обстоятелства, Съдът може да нареди страните да заплатят собствените си разноски изцяло или частично.

307. По отношение на разноските по главното производство, искането на Комисията е било отхвърлено по едно от обвиненията, отправени срещу ищеца, по силата на отмяната на съответстващата част от Решението.

308. Всяка страна ще понесе направените от нея съдебни разноски.

309. Освен това трябва да бъде направена компенсация на разноските по исковата молба за приемането на временни мерки.

По изложените съображения Съдът реши:

1) Член 1, буква в) от Решение на Комисията „IV/26.699 Chiquita” от 17 декември 1975 г. (ОВ L 95, 9.4.1976 г., стр. 1 и последващи) се отменя.

2) Размерът на наложената на UBC и на UBCBV глоба се намалява на 850 000 (осемстотин и петдесет хиляди) разчетни единици, платими в националната валута на предприятието ищец, чието седалище се намира в Общността, т.е. 3 077 000 нидерландски гулдена (три милиона и седемдесет и седем хиляди нидерландски гулдена).

3) Исковата молба се отхвърля в останалата Ж част.

4) Всяка страна ще понесе направените от нея съдебни разноски, включително и разноските по исковата молба за приемането на временна мярка.

Подписи

Произнесено в открито съдебно заседание в Люксембург на 14 февруари 1978 година.

Подписи