

El 5 de octubre de 2005, la Comisión adoptó una decisión relativa a un procedimiento de aplicación del artículo 81 del Tratado CE. De acuerdo con las disposiciones del artículo 30 del Reglamento (CE) n° 1/2003 del Consejo¹, la Comisión publica a continuación los nombres de las partes y la parte fundamental de la decisión, así como las sanciones que, en su caso, se les impusieron, teniendo en cuenta el interés legítimo de las empresas en que no se revelen sus secretos comerciales. Una versión no confidencial del texto íntegro de la decisión está disponible en las lenguas auténticas que dan fe y en las lenguas de trabajo de la Comisión en el sitio web de la DG COMP, en la siguiente dirección: http://europa.eu.int/comm/competition/index_fr.html.

DECISIÓN DE LA COMISIÓN

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

contra Automobiles Peugeot S.A. y Peugeot Nederland NV

(Asuntos COMP/E2/36623 36820 37275 - SEP y otros/Automobiles Peugeot S.A.)

(El texto en lengua francesa es el único auténtico)

C(2005) 3683 final

1. RESUMEN DE LA INFRACCIÓN

1.1.Introducción

- (1) A raíz de las denuncias que le presentaron algunos intermediarios franceses, la Comisión adoptó, el 5 de octubre de 2005, una decisión con arreglo al artículo 7 del Reglamento 1/2003 (en lo sucesivo "la decisión"), dirigida a las sociedades Automobiles Peugeot S.A., fabricante de automóviles, y Peugeot Nederland NV, su filial al 100 % encargada de la importación de vehículos de marca Peugeot en los Países Bajos (en lo sucesivo "PNE"), por infracción del artículo 81 del Tratado. En efecto, estas empresas, de acuerdo con los concesionarios miembros de la red Peugeot en los Países Bajos, infringieron el artículo 81 al aplicar dos medidas destinadas a obstaculizar las ventas transfronterizas de coches procedentes de este país y destinados a consumidores finales radicados en otros Estados miembros, especialmente en Francia. La primera medida, aplicada de 1997 a 2003, consistía en un sistema de bonificaciones, pagadas a los concesionarios, que discriminaban las ventas para la exportación y que, desde el punto de vista de su funcionamiento objetivo, iba más allá de lo necesario para incitar a los concesionarios neerlandeses a dedicar sus mejores afanes de venta a su territorio contractual. La segunda medida, aplicada de 1997 a 2001, consistía en presiones de Automobiles Peugeot S.A. sobre los concesionarios que realizaban exportaciones, medida directa que vino a reforzar el impacto de la bonificación discriminatoria.

¹ [DO L 1 de 04.01.2003, p. 1](#). Reglamento modificado por el Reglamento (CE) n° 411/2004 (DO L68 de 6.3.2004, p. 1).

1.2. Hechos

1.2.1. Las empresas y el producto afectado

1.2.1.1. Las empresas

- (2) Peugeot S.A. (en lo sucesivo denominada "PSA") es el segundo fabricante de automóviles europeo con un 15,5 % de las ventas en 2002 (vehículos de pasajeros y vehículos industriales ligeros) e incluye las marcas Peugeot y Citroën. Automobiles Peugeot S.A. es un constructor de automóviles generalista, filial al 100 % de PSA, que desarrolla, produce y distribuye coches con la marca Peugeot. En cada uno de los veinticinco Estados miembros, la distribución de los productos y servicios Peugeot se realiza a través de una red nacional de distribución al por menor. En los Países Bajos, esta red está organizada e impulsada por un importador controlado al 100 % por Automobiles Peugeot S.A., llamado PNE y sito en Utrecht, Países Bajos.
- (3) En los Países Bajos, la red Peugeot está compuesta por concesionarios y agentes minoristas vinculados contractualmente con los primeros. El número de concesionarios y agentes minoristas miembros de la red Peugeot en los Países Bajos se redujo significativamente entre 1995 y 2003.

1.2.1.2. Mercado de referencia

- (4) El mercado de los vehículos de pasajeros está dividido en una serie de segmentos. La restricción de la competencia contemplada en la decisión es una restricción por su objeto, que sigue siendo apreciable no sólo si se considera el mercado a través de cada uno de los segmentos en cuestión tomados de forma individual, sino también si se considera que un segmento pertinente para este asunto y los dos segmentos vecinos se solapan formando un mercado de referencia, o si se considera que este último está constituido por el conjunto de los segmentos mencionados en el considerando. Así pues, no es necesario pronunciarse aquí de forma definitiva en cuanto al segmento que debe considerarse mercado de referencia, ni resolver si el mercado de los vehículos de pasajeros abarca la totalidad de la Comunidad o si cada Estado miembro constituye un mercado geográfico distinto.
- (5) Entre 1995 y 2002, el total de vehículos nuevos de pasajeros matriculados cada año en la Unión Europea y en el Espacio Económico Europeo pasó de 12 034 316 a 14 398 718 unidades. La marca Peugeot por sí sola representó un total de 861 696 matriculaciones en 1995 y 1 277 738 matriculaciones en 2002, pasando de la sexta a la tercera posición de las marcas en la Unión Europea con una cuota de mercado que pasó del 7,2 % en 1995 al 8,9 % en 2002². La marca Peugeot registró también en los Países Bajos un crecimiento fuerte y continuo de sus cuotas de mercado, que, para los vehículos de pasajeros, pasaron del 5 % en 1997 al 10,7 % en 2003.

² PSA tenía, con las marcas Peugeot y Citroën, una cuota de mercado en crecimiento que iba del 12 % (en 1995) al 15,3 % (en los seis primeros meses de 2003) con arreglo a las nuevas matriculaciones, lo que, a partir de 1999, hacía que fuera el segundo proveedor de vehículos de pasajeros en Europa, por detrás del grupo Volkswagen.

1.2.2. El acuerdo

- (6) La decisión se refiere a una infracción aplicada en el marco de los acuerdos de distribución exclusiva y selectiva que regulan las relaciones entre Peugeot y sus concesionarios neerlandeses. Esta infracción se articuló en torno a dos medidas específicas aptas para limitar el comercio paralelo: un sistema de remuneración de los concesionarios en función del destino geográfico del vehículo y unas presiones sobre los concesionarios que realizaban exportaciones.

1.2.2.1. Bonificación discriminatoria

- (7) En los Países Bajos, la remuneración de los concesionarios se componía de una parte fija (el margen sobre factura³) y de una parte vinculada a los resultados del concesionario (o bonificación⁴), que era necesaria para que el concesionario obtuviese un beneficio como fruto de su actividad. Ahora bien, el concesionario neerlandés sólo podía obtener esta bonificación si los coches que vendía se matriculaban en el territorio de su Estado miembro. El sistema establecido por Peugeot constaba de dos fases que regulaban el mecanismo de concesión de la bonificación: la adquisición del derecho a la bonificación se determinaba con arreglo a una escala progresiva de consecución de un objetivo convenido al principio del ejercicio, objetivo de ventas que debían realizarse en el territorio del concesionario. Posteriormente, cuando se alcanzaba el objetivo de ventas, la liquidación del derecho así adquirido se efectuaba también en función de los vehículos vendidos en el territorio. Automobiles Peugeot S.A. exigía la matriculación en el territorio del Estado miembro tanto (1) para cumplir cualquier objetivo de venta que hiciese posible la adquisición del derecho a la bonificación y la determinación del nivel de descuento por coche, como (2) para identificar cada vehículo vendido por Automobiles Peugeot S.A. que podía acogerse a esta remuneración (la liquidación de la bonificación).
- (8) En efecto, en el período comprendido entre el 1 de enero de 1997 y el 31 de diciembre de 1999, Automobiles Peugeot S.A. aplicó un sistema de remuneración de los concesionarios que consistía en el pago al concesionario de una remuneración global suplementaria ("*bonificación*" y "*superbonificación*") para la venta de todos los modelos de vehículos de pasajeros que se matriculasen en los Países Bajos a partir del 1 de enero de 1997. A continuación, en el período del 1 de enero de 2000 al 1 de octubre de 2003, Automobiles Peugeot S.A. modificó el sistema de remuneración de los concesionarios con el fin de introducir una parte variable del margen, manteniendo al mismo tiempo una "*bonificación cuantitativa*" pagada al concesionario que alcanzara sus objetivos de matriculaciones de vehículos de marca Peugeot en los Países Bajos. El principio de la bonificación cuantitativa varió muy poco durante estos dos períodos. Para aplicar la bonificación, los concesionarios se dividían en categorías según el número de coches que figuraban en su objetivo. La determinación de la bonificación dependía del modelo de coche, la categoría del concesionario y el porcentaje del objetivo alcanzado.

³ El margen del concesionario es la diferencia entre el precio de catálogo recomendado de un modelo determinado y el precio al que el concesionario compra el coche al proveedor. Esta diferencia sirve para financiar los costes de distribución y los gastos generales del distribuidor, así como los descuentos que éste debe conceder casi siempre a los consumidores finales.

⁴ La bonificación consiste en una remuneración global pagada periódicamente al concesionario por su proveedor, para cada vehículo vendido de acuerdo con las condiciones aplicables. El pago de la bonificación se supedita a la realización de algunos objetivos cualitativos y cuantitativos.

- (9) A partir de enero de 1997, las circulares anuales enviadas a todos los concesionarios relativas a la aplicación de un nuevo sistema de bonificación, confirmada por otros elementos probatorios, establecían con carácter general que para la liquidación de la bonificación sólo se tomarían en consideración los vehículos de pasajeros matriculados en el mercado neerlandés.

1.2.2.2. Presiones sobre los concesionarios

- (10) La segunda de las medidas antes mencionadas consistía en que Automobiles Peugeot S.A. ejercía presiones sobre los concesionarios, presiones que vinieron a reforzar el impacto del sistema de bonificación discriminatoria, interviniendo directamente ante los concesionarios o intentando limitar la actividad exportadora que manifiestamente habían realizado, por medio de amenazas de restringir las entregas.
- (11) Conviene destacar aquí que la estrategia de Automobiles Peugeot S.A. dirigida a limitar las exportaciones a partir de los Países Bajos era conocida por los miembros de la red de distribución que tenían los efectos a largo plazo de las exportaciones sobre sus beneficios, y que en tres reuniones con el importador manifestaron que compartían el objetivo de las medidas pedidas por este último. Peugeot procuró garantizar la cohesión del comportamiento de los miembros de la red neerlandesa, mediante la intervención del importador en caso de exportaciones con amenazas directas y restricciones de entrega con el fin de confirmar la disciplina así instaurada.
- (12) En primer lugar, PNE efectuó presiones directas interviniendo de vez en cuando con objeto de limitar las ventas para la exportación de algunos concesionarios. PNE aplicó estas presiones, en particular, a través de su Account Managers Dealernet (AMD), empleados que formaban parte del departamento encargado de las ventas de coches del importador. En una parte de los informes de visita de estos AMDs, se indicaban las ventas de vehículos a consumidores residentes en el extranjero. Las indicaciones de estos AMDs mencionadas en la decisión sólo tienen sentido en un contexto en el que las exportaciones debían, desde el punto de vista de Automobiles Peugeot S.A., tener un carácter totalmente excepcional. Otros ejemplos confirman el ejercicio de presiones con este mismo objeto, cuya aplicación no se basaba en los AMDs. Las intervenciones directas afectaron a ocho concesionarios entre 1997 y 2001.
- (13) En segundo lugar, a partir de 1997, estas presiones también consistieron en amenazas de reducciones de las entregas, en particular, de los modelos más exportados como el 806. Para el ejercicio 1997 algunos modelos como el 406 Airlines y el 106 Accents se reservaron estrictamente al mercado neerlandés: su exportación constituía un acto reprobable que implicaba la responsabilidad del concesionario exportador. Las amenazas de restricciones de entrega, seguidas de restricciones esporádicas, afectaron, en particular, al modelo 306 ranchera. De la lectura de varias actas de reuniones se desprende que VPDN apoyó también a partir de 1997 la adopción de medidas de limitación del suministro de algunos modelos, así como la eliminación de la gama de los modelos más exportados. Además, en 1998 y por lo que respecta al modelo 206, los concesionarios de la parte occidental del país hicieron constar su interés en poner fin a las exportaciones.

2. VALORACIÓN JURÍDICA

2.1. El acuerdo sobre las medidas en cuestión

- (14) Las medidas adoptadas por Automobiles Peugeot S.A. con el fin de limitar las ventas a la exportación y la competencia intramarca no constituirían comportamientos unilaterales. Al contrario, se incluyen en el 81, apartado 1, del Tratado. Se inscribían en las relaciones contractuales entre Automobiles Peugeot S.A., por una parte, y los concesionarios pertenecientes a sus redes de distribución selectiva y exclusiva en los Países Bajos, por otra, cuyo objeto es la venta de vehículos Peugeot y de otros bienes contractuales.
- (15) En el marco del presente asunto, y por lo que se refiere a la bonificación discriminatoria, el acuerdo se estableció entre Automobiles Peugeot S.A. y los miembros de su red neerlandesa. En efecto, las modalidades prácticas de funcionamiento de la red Peugeot entre 1997 y 2003 demuestran que hubo consentimiento tácito por parte de los concesionarios Peugeot en los Países Bajos, y en consecuencia constitución de un concurso de voluntades en cada operación de venta⁵.
- (16) Por lo que se refiere a las presiones sobre los concesionarios, Automobiles Peugeot S.A. dirigió una invitación clara a sus concesionarios neerlandeses, por mediación de VPDN, con objeto de introducir una disciplina de limitación de las exportaciones a otros Estados miembros, al menos a partir de 1997. Además, los actos de presión sobre los concesionarios descritos en la decisión demuestran que la invitación dirigida por Automobiles Peugeot S.A. / PNE a sus concesionarios con objeto de garantizar que las actividades de exportación de estos últimos tuviesen un carácter excepcional, obtuvo una adhesión de principio por parte de todos los miembros de la red, sin perjuicio de intervenciones esporádicas mediante las cuales el fabricante pudo mantener la disciplina establecida por estos medios.

2.2. El objeto de la infracción correspondiente a las dos medidas

- (17) Automobiles Peugeot S.A. y PNE adoptaron una estrategia destinada a limitar las ventas a la exportación desde los Países Bajos. Esta estrategia, aplicada de acuerdo con los concesionarios y en unión con VPDN, así como cada una de las medidas que la componen, tuvo por objeto y por efecto limitar la competencia en el sentido de lo dispuesto en el artículo 81, apartado 1.

⁵ En efecto, la voluntad del fabricante estaba constituida por la circular recibida por el concesionario a comienzos de año. Esta circular fijaba las condiciones de remuneración del concesionario (margen y bonificación). La aceptación se producía cada vez que un concesionario quería que un pedido de un vehículo se contabilizase en los objetivos de ventas (que condicionaban la obtención de la bonificación) y cuando reclamaba el pago de la bonificación para cada vehículo matriculado (tras alcanzar los objetivos de venta). En ese caso, la aceptación del concesionario estaba constituida por la acción de introducir las referencias del pedido del coche en el programa informático por el cual el fabricante gestionaba sus relaciones con su red (DIALOG). De este modo, la medida en cuestión era objeto de un consentimiento de los concesionarios interesados, puesto que en cualquier caso, éstos realizaban ventas en el marco de este sistema.

2.2.1. Una bonificación discriminatoria apta para frenar las exportaciones

- (18) En su réplica al pliego de cargos, Automobiles Peugeot S.A. alegó el carácter pro competitivo de la bonificación cuantitativa establecida en los Países Bajos, cuyo objetivo "único y manifiesto" habría sido motivar a los concesionarios proporcionándoles los incentivos económicos necesarios, en forma de bonificación, para concentrar sus mejores esfuerzos de venta en su territorio contractual, y permitir así a Automobiles Peugeot S.A. aumentar su cuota de mercado en los Países Bajos.
- (19) En este contexto, conviene señalar que la decisión no cuestiona la posibilidad del fabricante de modular su política comercial en función de las exigencias de los distintos mercados nacionales, con el fin de obtener mejores índices de penetración en estos mercados. En efecto, la decisión no discute ni la facultad del fabricante de convenir con sus concesionarios unos objetivos de venta fijados en relación con las ventas que deben realizarse en el territorio contractual, ni su facultad de adoptar medidas de incentivo convenientes, en particular en forma de bonificación basada en los resultados, con el fin de incitar a sus concesionarios a incrementar su volumen de ventas en su territorio correspondiente. Esta posibilidad, que fomenta la competencia entre marcas, estaba ya prevista explícitamente en el Reglamento de exención 1475/95⁶.
- (20) Sin embargo, a partir de enero de 1997, las circulares anuales a todos los concesionarios relativas a la aplicación de un nuevo sistema de bonificación, confirmadas por otros elementos probatorios, establecían con carácter general que para la liquidación de la bonificación sólo se tomarían en consideración los vehículos de pasajeros matriculados en el mercado neerlandés. Por lo tanto, se negaba de esta manera a cualquier concesionario que hubiera alcanzado totalmente sus objetivos de venta territoriales, y que por lo tanto hubiese adquirido un derecho a la bonificación, el beneficio de la bonificación adquirido para el pago (o liquidación) de este derecho correspondiente a las ventas a consumidores no residentes. Este sistema, desde el punto de vista de su modo de funcionamiento objetivo, iba pues más allá de lo necesario para incitar a los concesionarios neerlandeses a dedicar sus mejores esfuerzos de venta a su territorio contractual. Podía constituir una de las restricciones tipificadas mencionadas en el Reglamento 1475/95, e infringir el artículo 6, apartado 1, punto 8, según el cual la exención no se aplica "cuando, sin razón objetivamente justificada, el proveedor otorgue a los distribuidores remuneraciones calculadas en función del lugar de destino de los vehículos automóviles revendidos o del domicilio del comprador". Además, PNE reducía las posibilidades de que los concesionarios se sustrajesen a este sistema comprobando la coincidencia entre, por una parte, las referencias del pedido del coche introducidas por el concesionario en el programa informático por el cual el fabricante administraba sus relaciones con su red (DIALOG) y, por otra parte, los datos obtenidos del organismo nacional encargado de las matriculaciones.
- (21) Por otra parte, en su réplica al pliego de cargos, Automobiles Peugeot S.A. puso en

⁶ **Artículo 4, apartado 1:** *No serán obstáculo para la exención los compromisos por los que el distribuidor se obligue: [...] 3) a esforzarse por dar salida durante un período determinado, dentro del territorio convenido, a un número mínimo de productos contractuales, que se fijará de común acuerdo entre las partes o, en caso de desacuerdo en cuanto al número mínimo de productos contractuales a los que deba darse salida anualmente, por un perito independiente, teniendo en cuenta, particularmente, las ventas anteriormente realizadas en ese territorio y las previsiones de ventas para dicho territorio y a nivel nacional.*

duda la eficacia de tal medida manteniendo que el importe de la bonificación era demasiado pequeño para que su impago disuadiese a los concesionarios de exportar.

- (22) Pero conviene destacar en primer lugar el carácter intrínsecamente contradictorio de la defensa alegada por Automobiles Peugeot S.A.. Por una parte, en efecto, Automobiles Peugeot S.A. hace valer que el nivel de la bonificación vigente de 1997 a 2003 era demasiado bajo para que pudiera influir sobre el comportamiento del concesionario. Por otra parte, Automobiles Peugeot S.A. destaca que el sistema en cuestión, y, en particular, el nivel de descuento concedido a los concesionarios que alcanzaban sus objetivos de ventas, era indispensable para ofrecer unos incentivos económicos adecuados para garantizar los mejores esfuerzos de venta por parte de los concesionarios en sus respectivos territorios contractuales. Además los elementos probatorios recogidos durante la investigación confirman los cargos referentes al impacto significativo de las medidas al demostrar que la bonificación fue importante para los concesionarios durante todo el período, y que su pérdida sobre las ventas a la exportación tuvo un impacto significativo en el interés de los concesionarios por vender a consumidores no residentes.

2.2.2. Las presiones demuestran la intención de Peugeot de frenar las exportaciones

- (23) A partir de 1997, hasta un período más reciente en 2001, Automobiles Peugeot S.A. intervino puntualmente con el fin de disuadir a algunos concesionarios neerlandeses de suministrar vehículos a consumidores finales de otros Estados miembros. Las presiones sobre los concesionarios neerlandeses, tales como los elementos de remuneración que discriminaban de hecho las exportaciones, tenían por objeto frenar el comercio transfronterizo de coches entre los concesionarios neerlandeses y los de otros Estados miembros con el fin de compartimentar el mercado neerlandés con relación a los otros mercados de la Unión Europea. Los documentos incluidos en el expediente relativos a las presiones a los concesionarios deben valorarse en el marco de esta estrategia.

2.3. Un impacto significativo y cuantificado de las medidas

- (24) Conviene destacar en primer lugar que, en el presente asunto, se observa una disminución de las exportaciones paralelas desde los Países Bajos a partir de 1997, fecha de aplicación del citado sistema de remuneración, seguida de una caída de estas exportaciones cercana al 50 % a partir de 1999. En su réplica al pliego de cargos, Automobiles Peugeot S.A. atribuye este descenso a factores distintos del sistema de remuneración controvertido, a saber, al "*papel esencial*" desempeñado por la disminución de los diferenciales de precios. Sin embargo, varios elementos contradicen este análisis.
- (25) En primer lugar, no se observa variación significativa del diferencial de precios a escala comunitaria durante el período en cuestión.
- (26) En segundo lugar, una nota interna de PNE fechada en 2002 cuantificaba el impacto del sistema de remuneración sobre el comercio paralelo efectuando una estimación del volumen de ventas suplementarias a los consumidores finales no residentes que habría podido alcanzarse en comparación con el año anterior si la bonificación se hubiera abonado

realmente en 2003 para los vehículos vendidos a la exportación.

- (27) En tercer lugar, por lo que se refiere a las presiones sobre los concesionarios, un total de veintidós consumidores franceses presentaron una denuncia a la Comisión por el perjuicio causado por los retrasos de las entregas relacionados con las amenazas de Peugeot.

3. MULTAS

- (28) La Comisión consideró que procedía, por lo tanto, imponer una multa que sancionase adecuadamente esta infracción y cuyo efecto disuasorio excluyese toda reincidencia. Para fijar el importe de la multa, la Comisión tuvo en cuenta todas las circunstancias pertinentes y especialmente la gravedad y duración de la infracción, que son los criterios mencionados explícitamente en el artículo 23, apartado 3, del Reglamento 1/2003.
- (29) Habida cuenta de lo anterior, la infracción del artículo 81 cometida por Automobiles Peugeot S.A. y su filial PNE se consideró muy grave, consideración aplicable tanto a la política en materia de bonificación como a las otras medidas de presión adoptadas por Automobiles Peugeot S.A.. En efecto, Automobiles Peugeot S.A. actuó de forma deliberada, ya que no podía ignorar que las medidas controvertidas tenían por objeto limitar la competencia. La Comisión y el Tribunal ya se han pronunciado sobre los sistemas de remuneración discriminatorios en función del destino del vehículo⁷. La evaluación de la gravedad de la infracción se basa en las disposiciones de las Directrices para el cálculo de las multas⁸.
- (30) Además, se trata de una infracción de duración significativa. En efecto, de principios de enero de 1997 a finales de septiembre de 2003, Automobiles Peugeot S.A. prorrogó cada año el sistema de remuneración discriminatoria para las exportaciones en el marco de sus circulares anuales. De 1997 a 2001, Automobiles Peugeot S.A. completó asimismo la aplicación de la estrategia de restricciones de las exportaciones con advertencias y requerimientos directos dirigidos a varios concesionarios. En cuanto al final de la infracción, los elementos que obran en el expediente no permiten afirmar que esta haya continuado después de noviembre de 2001 por lo que se refiere a las presiones a los concesionarios, y después de octubre de 2003, fecha del cambio del sistema de remuneración contemplado en la presente decisión.
- (31) No existen circunstancias agravantes ni atenuantes.

⁷ Decisión de la Comisión de 28.01.1998, Volkswagen AG (DO L 124, 25.4.1998, p. 60), apartado 129; Decisión de la Comisión de 20.09.2000, Opel Nederland BV/General Motors Nederland BV (DO L 59, 28.2.2001, p. 1), apartado 117.

⁸ Directrices para el cálculo de las multas impuestas en aplicación del apartado 2 del artículo 15 del Reglamento n° 17 y del apartado 5 del artículo 65 del Tratado CECA. Publicadas en el DO C 9, 14.01.1998. El punto A define las infracciones muy graves: "*se tratará básicamente [...] de prácticas que menoscaben el correcto funcionamiento del mercado interior, como las destinadas a compartimentar los mercados nacionales*", lo que ocurre en el presente caso.

4. DECISIÓN

- (32) Automobiles Peugeot S.A. y su filial Peugeot Nederland NV infringieron el artículo 81, apartado 1, del Tratado al celebrar acuerdos con los concesionarios de la red de distribución Peugeot en los Países Bajos cuyo objeto y efecto eran obstaculizar las ventas a los consumidores finales de otros Estados miembros, ya fuera personalmente, ya fueran representados por intermediarios que actuaban en su nombre. La infracción comenzó a principios del mes de enero de 1997 y se mantuvo hasta el final del mes de septiembre de 2003.
- (33) En caso de que aún no lo hayan hecho, las empresas contempladas en el artículo 1 pondrán fin a la infracción del citado artículo. Se abstendrán en el futuro de volver a aplicar o de proseguir la aplicación de cualquier medida que constituya dicha infracción y de adoptar medidas que tengan un objeto o efecto equivalente.
- (34) Por la infracción contemplada en el artículo 1, se impone una multa de 49,5 millones de euros a Automobiles Peugeot S.A. y a su filial Peugeot Nederland NV, que son responsables solidarias.