

## DECISÃO DA COMISSÃO

de 5 de Outubro de 2005

relativa a um processo nos termos do artigo 81.º do Tratado CE contra as empresas Automobiles Peugeot SA e Peugeot Nederland NV

(Processos COMP/E2/36623, 36820 e 37275 — SEP e outros/Automobiles Peugeot SA)

[notificada com o número C(2005) 3683]

(Apenas faz fé o texto em língua francesa)

(Texto relevante para efeitos do EEE)

(2006/431/CE)

Em 5 de Outubro de 2005, a Comissão adoptou uma decisão relativa a um processo nos termos do artigo 81.º do Tratado CE. Nos termos do artigo 30.º do Regulamento n.º 1/2003 do Conselho <sup>(1)</sup>, a Comissão publica os nomes das partes e o conteúdo essencial da decisão, incluindo as sanções impostas, devendo acautelar o interesse legítimo das empresas na protecção dos seus segredos comerciais. No sítio internet da DG COMP, encontra-se uma versão não confidencial do texto integral da decisão nas línguas que fazem fé e nas línguas de trabalho da Comissão no endereço seguinte: [http://ec.europa.eu/comm/competition/index\\_pt.html](http://ec.europa.eu/comm/competition/index_pt.html)

## 1. RESUMO DA INFRACÇÃO

## 1.2. Factos

## 1.1. Introdução

## 1.2.1. As empresas e o produto em causa

- (1) Na sequência das denúncias recebidas de determinados intermediários franceses, a Comissão adoptou, em 5 de Outubro de 2005, uma decisão nos termos do artigo 7.º do Regulamento n.º 1/2003 (a seguir designada «decisão»), destinada às empresas Automobiles Peugeot SA, construtor automóvel, e Peugeot Nederland NV, sua filial a 100 % encarregada da importação dos veículos de marca Peugeot nos Países Baixos (a seguir designada «PNE»), por infracção ao disposto no artigo 81.º do Tratado. Com efeito, estas empresas, em concordância com os concessionários membros da rede Peugeot nos Países Baixos, cometeram uma infracção ao artigo 81.º aplicando duas medidas que se destinam a entravar as vendas transfronteiriças de automóveis provenientes deste país e destinadas aos consumidores finais estabelecidos noutros Estados-Membros, em especial a França. A primeira medida, aplicada de 1997 a 2003, consistia num sistema de bónus pago aos concessionários que discriminassem as vendas à exportação e que, considerado sob o ponto de vista do seu modo de funcionamento objectivo, excedia o necessário para incentivar os concessionários neerlandeses a envidarem os seus melhores esforços de venda no seu território contratual. A segunda medida, aplicada de 1997 a 2001, consistia em pressões da Automobiles Peugeot SA sobre os concessionários com actividades de exportação, medida directa que reforçou o impacto do bónus discriminatório.

## 1.2.1.1. As empresas

- (2) A Peugeot SA (a seguir designada «PSA») é o segundo construtor automóvel europeu com 15,5 % das vendas em 2002 (automóveis particulares e veículos comerciais ligeiros) e inclui as marcas Peugeot e Citroën. A Automobiles Peugeot SA é um construtor automóvel generalista filial a 100 % da PSA, que concebe, produz e distribui automóveis com a marca Peugeot. Em cada um dos vinte e cinco Estados-Membros, a distribuição dos produtos e serviços Peugeot é assegurada por uma rede nacional de distribuição a retalho. Nos Países Baixos, esta rede é organizada e animada por um importador controlado a 100 % pela Automobiles Peugeot SA, no caso em apreço a PNE, situada em Utreque, Países Baixos.
- (3) Nos Países Baixos, a rede Peugeot é composta por concessionários e agentes revendedores vinculados contratualmente. O número de concessionários e de agentes revendedores membros da rede Peugeot nos Países Baixos foi sensivelmente reduzido entre 1995 e 2003.

## 1.2.1.2. O mercado em causa

- (4) O mercado dos automóveis particulares divide-se num determinado número de segmentos. A restrição de concorrência considerada pela decisão é uma restrição por

<sup>(1)</sup> JO L 1 de 4.1.2003, p. 1. Regulamento alterado pelo Regulamento (CE) n.º 411/2004 (JO L 68 de 6.3.2004, p. 1).

objecto, que continua a ser apreciável não só quando o mercado é apreciado através de cada um dos segmentos em causa tomados individualmente, mas também quando se considera que um segmento relevante para este processo e os dois segmentos próximos se sobrepõem formando um mercado relevante, ou quando se considera que este é constituído pelo conjunto dos segmentos mencionados no considerando. Por conseguinte, não é necessário tomar uma decisão definitiva quanto ao segmento que deve ser considerado como o mercado em causa, nem quanto à questão de saber se o mercado dos automóveis particulares abrange a Comunidade no seu conjunto ou se cada Estado-Membro constitui um mercado geográfico distinto.

- (5) Entre 1995 e 2002, o total dos automóveis particulares novos matriculados anualmente na União Europeia e no Espaço Económico Europeu passou de 12 034 316 para 14 398 718 unidades. A marca Peugeot tomada separadamente representou um total de 861 696 matrículas em 1995 e 1 277 738 matrículas em 2002, passando do sexto para o terceiro lugar das marcas na União Europeia tendo uma parte de mercado aumentado de 7,2 % em 1995 para 8,9 % em 2002 <sup>(1)</sup>. Nos Países Baixos as quotas de mercado da marca Peugeot registou igualmente um crescimento acentuado e contínuo, tendo a venda de veículos particulares aumentado de 6,5 % em 1997 para 10,7 % em 2003.

#### 1.2.2. O acordo em causa

- (6) A decisão diz respeito a uma infracção no âmbito dos acordos de distribuição exclusiva e selectiva que regula as relações entre a Peugeot e os seus concessionários neerlandeses. Esta infracção articulou-se em torno de duas medidas específicas susceptíveis de restringir o comércio paralelo: um sistema de remuneração dos concessionários que dependem do destino geográfico do veículo e das pressões sobre os concessionários com actividades de exportação.

##### 1.2.2.1. Bónus discriminatório

- (7) Nos Países Baixos a remuneração dos concessionários compunha-se de uma parte fixa [a margem sobre factura <sup>(2)</sup>] e de uma parte associada aos resultados do concessionário [ou bónus <sup>(3)</sup>], de que o concessionário

<sup>(1)</sup> A PSA detinha, com as marcas Peugeot e Citroën, uma parte de mercado em aumento e compreendida entre 12 % (em 1995) e 15,3 % (no primeiro semestre de 2003) com base no registo de novas matrículas, o que fazia com que a partir de 1999 fosse o segundo fornecedor de automóveis particulares na Europa logo a seguir ao grupo Volkswagen.

<sup>(2)</sup> A margem do concessionário é a diferença entre o preço de catálogo recomendado de um modelo determinado e o preço a que o concessionário compra o automóvel ao fornecedor. Esta redução serve para financiar os custos de distribuição e as despesas gerais do distribuidor, bem como os descontos que este deve quase sempre conceder aos consumidores finais.

<sup>(3)</sup> O bónus consiste numa remuneração fixa paga regularmente ao concessionário pelo seu fornecedor por cada veículo vendido de acordo com as condições aplicáveis. O pagamento do bónus está subordinado à realização de certas metas qualitativas e quantitativas.

tinha necessidade para conseguir um lucro da sua actividade. Ora, este bónus só podia ser obtido pelo concessionário neerlandês se os automóveis por ele vendidos fossem matriculados no território do seu Estado-Membro. O sistema instaurado pela Peugeot distinguia duas fases para o mecanismo de concessão do bónus: a aquisição do direito ao bónus era estabelecida com base numa escala progressiva de realização de um objectivo acordado no início de exercício, objectivo de vendas a efectuar no território do concessionário, e seguidamente, quando o objectivo de vendas era alcançado, a liquidação do direito assim adquirido efectuava-se igualmente com base em veículos vendidos no território. Tal registo de matrículas no território do Estado-Membro era exigido pela Automobiles Peugeot SA quer 1) para satisfazer os objectivos de venda que permitissem a aquisição do direito ao bónus e para determinar o nível de descontos por automóvel, quer 2) para identificar cada veículo vendido pela Automobiles Peugeot SA que pudesse beneficiar desta remuneração (a liquidação do bónus).

- (8) Com efeito, no período entre 1 de Janeiro de 1997 e 31 de Dezembro de 1999, a Automobiles Peugeot SA aplicou um sistema de remuneração dos concessionários que consistia no pagamento ao concessionário de uma remuneração fixa suplementar («bónus» e «superbónus») para a venda de todos os modelos de automóveis particulares que eram matriculados nos Países Baixos a partir de 1 de Janeiro de 1997. Em seguida, no período de 1 de Janeiro de 2000 a 1 de Outubro de 2003, a Automobiles Peugeot SA alterou o sistema de remuneração dos concessionários a fim de introduzir uma parte variável da margem, conservando ao mesmo tempo um «bónus quantitativo» pago ao concessionário que atingisse os seus objectivos de registos de matrículas de veículos de marca Peugeot nos Países Baixos. O princípio do bónus quantitativo pouco variou pouco nestes dois períodos. Para a aplicação do bónus, os concessionários foram divididos em categorias de acordo com o número de veículos estabelecido como objectivo. O cálculo do bónus era efectuado consoante o modelo de automóvel, a categoria do concessionário e a percentagem do objectivo atingido.

- (9) A partir de Janeiro de 1997, as circulares anuais a todos os concessionários relativamente à aplicação de um novo sistema de bónus, confirmadas por outros elementos de prova, previam que, para a liquidação do bónus, geralmente só eram tidos em conta os automóveis particulares matriculados no mercado neerlandês.

##### 1.2.2.2. Pressões sobre os concessionários

- (10) A segunda medida acima referida diz respeito às pressões exercidas sobre os concessionários por parte da Automobiles Peugeot SA, pressões essas que reforçaram o impacto do sistema de bónus discriminatório através de intervenções directas junto dos concessionários ou de tentativas de limitar, com ameaças de restrições em termos de entrega, a actividade à exportação que tivessem manifestamente desenvolvido.

- (11) É de sublinhar que a estratégia da Automobiles Peugeot SA destinada a limitar as exportações a partir dos Países Baixos era do conhecimento dos membros da rede de distribuição que recebiam os efeitos a longo prazo das exportações sobre os seus lucros e que, em três reuniões com o importador, declararam que estavam de acordo com o objectivo das medidas por ele impostas. A Peugeot fez questão de assegurar a coesão do comportamento dos membros da rede neerlandesa, intervindo o importador em caso de exportações através de ameaças directas e de restrições em termos de entrega para confirmar o regime assim estabelecido.
- (12) Em primeiro lugar, a PNE efectuou pressões directas intervindo ocasionalmente para limitar as vendas à exportação de certos concessionários. A PNE procedeu a estas pressões nomeadamente através dos seus Account Managers Dealernet (AMD), empregados que integram o serviço responsável pelas vendas de automóveis do importador. Numa parte dos relatórios de visita destes AMD era feita menção às vendas de veículos a consumidores residentes no estrangeiro. As observações destes AMD assinaladas na decisão só têm sentido num contexto em que as exportações tivessem de manter, do ponto de vista da Automobiles Peugeot SA, um carácter efectivamente excepcional. Outros exemplos confirmam o exercício de pressões com o mesmo objectivo e cuja realização não se apoiava nos AMD. As intervenções directas diziam respeito a oito concessionários entre 1997 e 2001.
- (13) Em segundo lugar, a partir de 1997 estas pressões assumiram igualmente a forma de ameaças de reduções das entregas, nomeadamente sobre os modelos mais exportados como o 806. No exercício de 1997 certos modelos, como o 406 Airlines e o 106 Accents, foram estritamente reservados ao mercado neerlandês: a sua exportação constituía um acto condenável implicando a responsabilidade do concessionário exportador. As ameaças de restrições em termos de entrega, seguidas de restrições pontuais, prendiam-se nomeadamente com o modelo 306 *break*. De várias actas de reunião, conclui-se que VPDN apoiou igualmente a partir de 1997 a tomada das medidas de restrição do fornecimento de certos modelos, bem como de eliminação da gama dos modelos mais exportados. Além disso, em 1998, a título do modelo 206, os concessionários da parte ocidental do país tiveram conhecimento do seu interesse em pôr termo às exportações.
- (15) No âmbito do presente processo, e no que respeita ao bónus discriminatório, o acordo é concluído entre a Automobiles Peugeot SA e os membros da sua rede neerlandesa. Com efeito, as modalidades práticas de funcionamento da rede Peugeot entre 1997 e 2003 demonstram que houve um consentimento tácito dos concessionários Peugeot nos Países Baixos e, por conseguinte, um encontro de vontades em cada operação de venda <sup>(1)</sup>.
- (16) No que respeita às pressões sobre os concessionários, a Automobiles Peugeot SA dirigiu um convite claro aos seus concessionários neerlandeses, através da VPDN, no sentido de introduzir uma regra de limitação das exportações para outros Estados-Membros a partir de, pelo menos, 1997. Seguidamente, os episódios de pressões sobre os concessionários, tal como descritos na decisão, demonstram que o convite dirigido pela Automobiles Peugeot SA/PNE aos seus concessionários para garantir que as actividades à exportação destes últimos conservassem um carácter excepcional obteve uma adesão de princípio de todos os membros da rede, sob reserva de intervenções pontuais mediante as quais o construtor pôde manter a regra assim fixada.

## 2.2. Objecto da infracção relativa às duas medidas

- (17) A Automobiles Peugeot SA e a PNE adoptaram uma estratégia destinada a limitar as vendas à exportação a partir dos Países Baixos. Esta estratégia, fixada de acordo com os concessionários e em concertação com a VPDN, bem como cada uma das medidas que a compõem, teve por objecto e por efeito restringir a concorrência na aceção do n.º 1 do artigo 81.º

### 2.2.1. Um bónus discriminatório susceptível de entrar as exportações

- (18) Na sua resposta à comunicação de objecções, a Automobiles Peugeot SA invocou o carácter concorrencial do bónus quantitativo criado nos Países Baixos, com o «único e manifesto» objectivo de motivar os concessionários dando-lhes os estímulos económicos necessários, sob a forma de bónus, para concentrarem os seus melhores esforços de venda no seu território contratual e permitir assim que a Automobiles Peugeot SA aumentasse a sua parte de mercado nos Países Baixos.

## 2. APRECIÇÃO JURÍDICA

### 2.1. Acordo sobre as medidas em causa

- (14) As medidas adoptadas pela Automobiles Peugeot SA para restringir as vendas à exportação e a concorrência entre marcas não constituíram práticas unilaterais. Pelo contrário, foram abrangidas pelo n.º 1 do artigo 81.º do Tratado. Inseriram-se nas relações contratuais entre, por um lado, a Automobiles Peugeot SA e, por outro, os concessionários pertencentes às suas redes de distribuição selectiva e exclusiva nos Países Baixos com o objectivo de vender veículos Peugeot e outros bens contratuais.

<sup>(1)</sup> De facto, a vontade do construtor reflectia-se na circular recebida pelo concessionário no início do ano. Esta circular fixava as condições de remuneração do concessionário (margem e bónus). A aceitação intervinha sempre que um concessionário desejava incluir na contabilização um veículo por ele encomendado nos objectivos de vendas (que condicionavam a obtenção do bónus) bem como quando este reclamava o pagamento do bónus por cada veículo matriculado (uma vez atingidos os objectivos de venda). No caso vertente, a aceitação do concessionário consistia na acção de introduzir as referências da encomenda do automóvel no *software* através do qual o construtor geria as suas relações com a sua rede (DIALOG). Deste modo, a medida em causa foi objecto de um consentimento dos concessionários em causa, dado que, em todo o caso, estes efectuaram vendas no âmbito deste sistema [...].

- (19) Neste contexto, sublinha-se que a decisão põe em causa a possibilidade de o construtor modular a sua política comercial em função das exigências dos diferentes mercados nacionais para obter melhores taxas de penetração nestes mercados. De facto, a decisão não põe em causa a faculdade que assiste ao construtor de acordar com os seus concessionários os objectivos de venda fixados em relação às vendas a realizar no território contratual, nem a sua faculdade de adoptar medidas de incentivo adequadas, nomeadamente sob a forma de bónus com base nos resultados, a fim de incitar os seus concessionários a aumentarem o seu volume de vendas no território que lhes foi concedido. Esta possibilidade, que estimula a concorrência entre marcas, estava aliás expressamente prevista no Regulamento (CE) n.º 1475/95 da Comissão <sup>(1)</sup> («Regulamento de isenção»).
- (20) Porém, a partir de Janeiro de 1997, as circulares anuais enviadas a todos os concessionários sobre a aplicação de um novo sistema de bónus, confirmadas por outros elementos de prova, previam que, para a liquidação do bónus, geralmente só eram tidos em conta os automóveis particulares matriculados no mercado neerlandês. Por conseguinte, a qualquer concessionário que tivesse atingido plenamente os seus objectivos de venda territoriais e que, portanto, tivesse adquirido um direito ao bónus, era negado o benefício do bónus assim adquirido para o pagamento (ou liquidação) deste direito relativamente às vendas a consumidores não residentes. Tal sistema, considerado sob o ponto de vista do seu modo de funcionamento objectivo, excedia, por conseguinte, o necessário para incentivar os concessionários neerlandeses a envidarem os seus melhores esforços de venda no seu território contratual. Era susceptível de constituir uma das restrições caracterizadas referidas no Regulamento (CE) n.º 1475/95, e de infringir o n.º 1, ponto 8, do artigo 6.º segundo o qual a isenção não se aplica quando «o fornecedor atribua sem razão objectivamente justificada aos distribuidores remunerações calculadas em função do local de destino dos veículos automóveis revendidos ou do domicílio do comprador.» Além disso, a PNE reduzia as possibilidades de os concessionários contornarem este sistema verificando a coerência entre, por um lado, as referências da encomenda do automóvel introduzidas pelo concessionário no *software* através do qual o construtor geria as suas relações com a sua rede (DIALOG) e, por outro lado, os dados obtidos do organismo nacional de registo de matrículas.
- (21) Além disso, na sua resposta à comunicação de objecções, a Automobiles Peugeot SA tinha contestado a eficácia de tal medida sustentando que o montante deste bónus era demasiado reduzido para que o facto de não ser pago desincentivasse os concessionários de exportar.
- (22) Porém, assinala-se em primeiro lugar o carácter intrinsecamente contraditório da defesa avançada pela Automobiles Peugeot SA. Por um lado, de facto, a Automobiles Peugeot SA invoca que o nível do bónus existente de 1997 a 2003 era demasiado reduzido para ter podido influenciar o comportamento do concessionário. Por outro lado, a Automobiles Peugeot SA sublinha que o sistema em causa, e nomeadamente o nível de descontos concedido aos concessionários que tenham atingido os seus objectivos de vendas, teria sido indispensável para proporcionar os incentivos económicos adequados a fim de assegurar os melhores esforços de venda por parte dos concessionários nos respectivos territórios contratuais. Além disso, os elementos de prova obtidos durante a investigação confirmam as objecções relativas ao impacto significativo das medidas demonstrando que o bónus era importante para os concessionários durante todo o período e que a sua perda em termos de vendas à exportação teve um impacto significativo sobre o interesse dos concessionários em vender a consumidores não residentes.
- 2.2.2. *Pressões demonstrativas da intenção da Peugeot de entravar as exportações*
- (23) A partir de 1997 e até um período mais recente em 2001, a Automobiles Peugeot SA interveio pontualmente a fim de dissuadir certos concessionários neerlandeses de entregarem veículos a consumidores finais de outros Estados-Membros. As pressões sobre os concessionários neerlandeses, como os elementos de remuneração que discriminavam na prática as exportações, tinham em vista entravar o comércio transfronteiriço de automóveis entre os concessionários neerlandeses e os de outros Estados-Membros a fim de compartimentar o mercado neerlandês em relação aos outros mercados da União Europeia. É no âmbito desta estratégia que devem ser apreciados os documentos constantes do processo relativo às pressões aos concessionários.
- 2.3. Um impacto significativo e quantificado das medidas**
- (24) Importa sublinhar que, no caso vertente, se verifica uma diminuição das exportações paralelas a partir dos Países Baixos após 1997, data de aplicação do sistema de remuneração em causa, seguida de uma queda destas exportações de cerca de 50 % após 1999. Na sua resposta às objecções, a Automobiles Peugeot SA atribui esta queda a outros factores que não o sistema de remuneração em causa, nomeadamente o «papel fundamental» desempenhado pela diminuição dos diferenciais de preços. Contudo, há vários elementos que contradizem esta análise.
- (25) Em primeiro lugar, durante o período em causa não se observa qualquer variação significativa do diferencial de preços a nível comunitário.
- (26) Em segundo lugar, uma nota interna da PNE de 2002 apresentou o cálculo do impacto do sistema de remuneração no comércio paralelo estabelecendo uma estimativa do volume das vendas suplementares aos consumidores finais não residentes em relação ao ano anterior que podia ter sido atingido se o bónus tivesse sido pago efectivamente em 2003 aos veículos vendidos para exportação.

<sup>(1)</sup> JO L 145 de 29.6.1995, p. 25. Artigo 4.º: 1. Não constitui obstáculo à isenção a obrigação de o distribuidor [...] 3. Procurar vender, no território contratual e durante um período determinado, uma quantidade mínima de produtos contratuais, fixada pelas partes de comum acordo ou, no caso de as partes não chegarem a acordo sobre a quantidade mínima de produtos contratuais a vender anualmente, através de um terceiro perito, nomeadamente tendo em conta as vendas anteriormente realizadas nesse território, bem como as estimativas previsionais de vendas relativamente a este território e a nível nacional.

- (27) Em terceiro lugar, no que diz respeito às pressões sobre os concessionários, um total de vinte e dois consumidores franceses apresentaram queixa à Comissão pelo prejuízo causado por atrasos de entrega devidos às ameaças da Peugeot.

### 3. COIMA

- (28) A Comissão considerou que era conveniente, por conseguinte, aplicar uma coima para sancionar adequadamente esta infracção e cujo efeito dissuasivo elimine qualquer reincidência. Para a fixação do montante de uma coima, a Comissão tomou em consideração todas as circunstâncias adequadas e especialmente a gravidade e a duração da infracção, que constituem os critérios expressamente previstos no n.º 3 do artigo 23.º do Regulamento (CE) n.º 1/2003.
- (29) Com base nestas considerações, a infracção ao artigo 81.º cometida pela Automobiles Peugeot SA e pela sua filial PNE foi qualificada de muito grave, sendo esta apreciação válida tanto para a política em matéria de bónus como para as outras medidas de pressão tomadas pela Automobiles Peugeot SA. Com efeito, a Automobiles Peugeot SA agiu deliberadamente, não podendo ignorar que as medidas em causa visavam restringir a concorrência. A Comissão e o Tribunal de Justiça já se pronunciaram sobre os sistemas de remuneração discriminatórios em função do destino do veículo<sup>(1)</sup>. A avaliação da gravidade da infracção baseia-se nas disposições das orientações para o cálculo das coimas<sup>(2)</sup>.
- (30) Trata-se igualmente de uma infracção de duração significativa. Com efeito, do início de Janeiro de 1997 até ao final de Setembro de 2003, a Automobiles Peugeot SA reconduziu anualmente o sistema de remuneração discriminatório para as exportações no âmbito das suas circulares anuais. De 1997 a 2001, a Automobiles Peugeot

SA concluiu igualmente a estratégia de restrições às exportações através de advertências e injunções directas dirigidas a vários concessionários. Quanto ao termo da infracção, os elementos constantes do processo não permitem afirmar que a infracção prosseguiu após Novembro de 2001, no que diz respeito às pressões sobre os concessionários, e Outubro de 2003, data da mudança do sistema de remuneração a que se refere a presente decisão.

- (31) Neste caso, não se verificam circunstâncias agravantes nem atenuantes neste caso.

### 4. DECISÃO

- (32) A Automobiles Peugeot SA e a sua filial Peugeot Nederland NV infringiram o n.º 1 do artigo 81.º do Tratado concluindo acordos com concessionários da rede de distribuição Peugeot nos Países Baixos tendo por objectivo e por efeito entravar as vendas aos consumidores finais de outros Estados-Membros, quer pessoalmente, quer através de intermediários em sua representação. A infracção teve início no princípio de Janeiro de 1997 e prosseguiu até final de Setembro de 2003.
- (33) Na medida em que ainda o não tenham feito, as empresas a que se refere o artigo 1.º devem pôr fim à infracção ao artigo em causa. Abster-se-ão, no futuro, de tomarem novamente ou prosseguirem a aplicação de quaisquer medidas constitutivas da referida infracção e de adoptarem medidas que tenham um objectivo ou efeito equivalente.
- (34) No que diz respeito à infracção a que refere o artigo 1.º, é aplicada uma coima de 49,5 milhões de euros à Automobiles Peugeot SA e à sua filial Peugeot Nederland NV, que são solidariamente responsáveis.

<sup>(1)</sup> Decisão 98/273/CE da Comissão, de 28 de Janeiro de 1998, processo IV/35.733 Volkswagen AG (JO L 124 de 25.4.1998, p. 60), considerando 129; Decisão 2001/146/CE da Comissão, de 20 de Setembro de 2000, processo COMP/36.653 Opel Nederland BV/General Motors Nederland BV (JO L 59 de 28.2.2001, p. 1), considerando 117.

<sup>(2)</sup> Orientações para o cálculo das coimas aplicadas por força do n.º 2 do artigo 15.º do Regulamento n.º 17 e do n.º 5 do artigo 65.º do Tratado CECA, publicado no JO C 9 de 14.1.1998. O ponto A define as infracções muito graves: «trata-se, essencialmente de [...] práticas que afectam o bom funcionamento do mercado interno, tais como as destinadas a compartimentar os mercados nacionais», como neste caso.