

# WIRT **economía** SCHAF

Deutsch-Spanische Hispano-Alemana



**NEGOCIOS EN ESPAÑA**  
Resultados de la encuesta  
"Empresas Alemanas en  
España 2010"

**CÁMARA INFORMA**  
Entrega de los II Premios  
a la Excelencia Empresarial  
y la Innovación

**ACTUALIDAD ECONÓMICA**  
Spanien setzt  
Konsolidierungskurs fort

*Logística y  
comercio internacional*

## Ruptura de un tabú: el nuevo Reglamento de la UE sobre Acuerdos Verticales

EL PASADO DÍA 20 DE ABRIL, LA COMISIÓN EUROPEA APROBÓ LAS ESPERADAS ENMIENDAS A SU REGLAMENTO DE EXENCIÓN POR CATEGORÍAS DE ACUERDOS VERTICALES ("RECAV"). DENOMINAMOS "VERTICALES" LOS ACUERDOS ENTRE EMPRESAS QUE OPERAN EN NIVELES DISTINTOS DE LA CADENA DE CREACIÓN DE VALOR, SIENDO LOS MÁS COMUNES LOS CONCLUIDOS ENTRE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES.

El RECAV autoriza bajo determinadas condiciones (es decir, "exenta" de la prohibición general que establece, en España, el artículo 1.1 de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia) determinadas restricciones contractuales impuestas a las partes de dichos acuerdos. Entre las restricciones que pueden verse autorizadas, las más habituales son los compromisos de exclusividad, de no competencia o de no promocionar activamente sus productos fuera de determinado territorio.

En relación al RECAV anterior de 1990, el ahora vigente introduce cuatro principales novedades, a saber:

- (I) Condiciona la exención a que ninguna de las partes del acuerdo tenga una cuota de mercado superior al 30 por ciento y se la niega a los acuerdos entre empresas competidoras;
- (II) Define para la distribución por Internet (las llamadas ventas en línea) que sea una promoción o venta activa o solicitud de ventas (que el proveedor puede limitar a un determinado territorio) y que una venta pasiva, es decir a un comprador espontáneo (que el proveedor no puede limitar jamás territorialmente);
- (III) Permite que un proveedor pague a un distribuidor por obtener acceso a su red de distribución y delegar en él la promoción de su producto, por ejemplo mediante revistas promocionales de grandes superficies comerciales (pago de acceso inicial); o que un distribuidor confíe al proveedor la promoción de una determinada gama de productos (acuerdo de gestión por categorías);
- (IV) Y crea un cierto margen para que los proveedores fijen los precios de reventa de sus distribuidores. Es ésta la novedad que justifica el título de este artículo, que pasaremos a analizar con mayor detalle.

La fijación de precios de reventa (en adelante, FPR) ha sido siempre el pecado capital por excelencia en Derecho

de la Competencia. Con la única excepción de una curiosa resolución de 27 de mayo de 1977 del extinto Tribunal de Defensa de la Competencia español, que admitió que la empresa Burberry determinase unos umbrales de precios de venta al público para mantener la categoría de lujo del producto, lo que generalmente implica un precio elevado, fijo y estable, las autoridades de defensa de la Competencia eran implacables multando a cuantos proveedores incurrieran en él. Sancionaban dicha infracción aunque la FPR fuese de una facultad contractual meramente formal y el proveedor pudiese demostrar no haberla ejercido. Tal fue el caso, por ejemplo, de Damm, multada con 525.000 de euros en 2009 por mantener en vigor unos contratos de distribución históricos que incluían una cláusula de FPR jamás aplicada.

El nuevo RECAV sigue definiendo la FPR como una restricción prohibida y, en principio, no susceptible de exención. Sin embargo, abre la puerta a que las partes de un acuerdo demuestren la existencia de eficiencias, es decir, de ventajas objetivas que requieran la FPR y también redunden en beneficio del consumidor. El RECAV limita dicha posibilidad de exención a tres supuestos:

- (I) El lanzamiento de nuevos productos o el posicionamiento en nuevos mercados;
- (II) Campañas promocionales de duración limitada (de dos a seis semanas) en sistemas de distribución uniforme (por ejemplo, franquicias);
- (III) Y la FPR de productos complejos cuya distribución requiera medios o esfuerzos promocionales particulares.

La tercera opción permite evitar que un primer distribuidor asuma los costes de exposición, publicidad, demostración y/o explicación técnica de dichos productos, para que un segundo distribuidor se limite a vendérselos, a un precio sensiblemente inferior, a consumidores que han acudido al primero para informarse. Se trata del problema que describe la gráfica expresión alemana *Trittbrettfahren*, también conocido por *free riding*.

Dado el giro copernicano que representa esta apertura, por mínima que pueda parecer, resulta aventurado pronosticar la aplicación que de ella harán las autoridades de defensa de la competencia. Dado que, de un tiempo

a esta parte, las empresas carecen de la posibilidad de solicitar una autorización previa de sus acuerdos, acordar una FPR seguirá entrañando ciertos riesgos.

Sin embargo, creemos que el nuevo RECAV se enmarca en una tendencia general, a nivel mundial, de valorar más el poder de los distribuidores y de otorgar mayor importancia a la competencia entre marcas que a la competencia entre distribuidores de una misma marca. ⚖️

*Dr. Stefan Rating,  
J&A Garrigues SLP*



**C/M/S/**  
Law. Tax

## GEMEINSAM GRENZEN ÜBERWINDEN *JUNTOS PODEMOS TRASPASAR FRONTERAS*

Ob interkulturelle Kompetenz, Fragen zur Rechtslage in Spanien und Deutschland oder steuerliche Schwierigkeiten – von uns werden Sie unverwechselbar europäisch in allen wirtschaftsrechtlichen Fragen umfassend beraten. CMS Hasche Sigle und CMS Albiñana & Suárez de Lezo – Ihre Verbindung zwischen Deutschland und Spanien.

[spanish-desk@cms-hs.com](mailto:spanish-desk@cms-hs.com) | [www.cms-hs.com](http://www.cms-hs.com)

*Si le preocupan las cuestiones jurídicas o fiscales de sus asuntos en España o Alemania, nosotros le asesoramos de forma integral en toda clase de materias legales, sobre la base de nuestra fuerte presencia en Europa. CMS Hasche Sigle y CMS Albiñana & Suárez de Lezo facilitan las relaciones entre ambos países superando las diferencias culturales.*

[german-desk@cms-asl.com](mailto:german-desk@cms-asl.com) | [www.cms-asl.com](http://www.cms-asl.com)

