

RESOLUCIÓN SOBRE LAS MEDIDAS PROPUESTAS POR LAS EMPRESAS DEL GRUPO ENDESA PARA ADAPTARSE A LO DISPUESTO EN LA “RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO PARA LA ADOPCIÓN DE UNA DECISIÓN JURÍDICAMENTE VINCULANTE RELATIVA AL CUMPLIMIENTO EFECTIVO DE LA OBLIGACIÓN LEGAL POR LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORAS Y COMERCIALIZADORAS DE REFERENCIA PERTENECIENTES A GRUPOS INTEGRADOS, A NO CREAR CONFUSIÓN A LOS CONSUMIDORES EN LA INFORMACIÓN, PRESENTACIÓN DE MARCA E IMAGEN DE MARCA”, DE 6 DE SEPTIEMBRE DE 2018

Expte: DJV/DE/001/18

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a María Fernández Pérez

Consejeros

D. Benigno Valdés Díaz

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco. Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 23 de mayo de 2019

Atendiendo a lo establecido en la “*Resolución del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca*”, de 6 de septiembre de 2018, y a la vista de las propuestas de actuación remitidas por las sociedades integradas en el GRUPO ENDESA obligadas a su cumplimiento con la finalidad de adaptarse a lo previsto en la misma, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** adopta el siguiente acuerdo:

ANTECEDENTES

Primero.- De conformidad con lo establecido en el artículo 58 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y lo establecido en el artículo 25 de la Ley 3/2013, de

4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, así como en los artículos 18 y 23 i) del Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, aprobado por Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, el Director de Energía procedió el día 16 de marzo de 2018 a acordar el inicio del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante en relación con la obligación de las empresas distribuidoras de gas y electricidad y comercializadoras de referencia que forman parte de un grupo verticalmente integrado de no crear confusión a los consumidores en la información y en la presentación de marca e imagen de marca.

Segundo.- En el marco del citado procedimiento, la Sala de Supervisión Regulatoria aprobó, en su sesión del día 6 de septiembre de 2018, la *“Resolución del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca”*, mediante la que se acuerda:

“Primera. Adoptar las siguientes medidas con respecto a las empresas distribuidoras de gas natural y electricidad (en el caso de sector de electricidad, aquellas con más de 100.000 clientes conectados a sus redes) y comercializadoras de referencia o de último recurso que formen parte de grupos empresariales que integren igualmente sociedades que comercializan en mercado libre electricidad y gas natural:

1º Las empresas interesadas no crearán confusión en la presentación de marca respecto a la identidad propia de las sociedades de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización. Esta medida se entiende referida, en todo caso, a la denominación social de las sociedades distribuidoras y comercializadoras de referencia o último recurso en relación con la denominación social de las sociedades que comercialicen electricidad y gas natural pertenecientes al mismo grupo empresarial.

El consumidor medio, final y doméstico de electricidad o gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, deberá poder identificar correctamente, no sólo la actividad que desempeña la empresa - distribución o comercialización de referencia-, sino además que no asocie, no relacione o no identifique de forma equívoca la marca de ambas sociedades pertenecientes al mismo grupo empresarial en el que se integra la sociedad que comercializa electricidad y gas natural del grupo verticalmente integrado.

A los efectos del cumplimiento de las medidas señaladas en los párrafos anteriores se señala que la mera incorporación del término “distribución” en la marca vinculada al distribuidor o del término “comercializador de referencia” o “suministrador de último recurso” o “comercializador de último recurso” en la denominación social de dichas empresas, no elimina el riesgo de confusión de

marca, si en su denominación social se incluye el nombre del grupo, siempre que sea adoptado en la denominación social de la sociedad que comercializa electricidad y gas natural perteneciente al grupo.

2º. Las empresas interesadas no crearán confusión en la imagen de marca respecto a la identidad propia de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización. La presente medida se entiende referida, en todo caso, al logotipo, teniendo en cuenta todos los factores relevantes en la comparación gráfica, fonética o conceptual de los signos en conflicto. Adviértase que la incorporación en la imagen de marca de la distribuidora y de la comercializadora de referencia, de palabras, letras, cifras, figuras, signos, dibujos, elementos o símbolos comunes o idénticos a la imagen de marca de la empresa comercializadora perteneciente al grupo, son susceptibles de crear confusión al consumidor final doméstico de electricidad/gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz.

No obstante lo anterior, la indicación de la pertenencia al grupo en letra con tamaño, color, situación del logotipo, en clara disposición inferior, menos visible y con tamaño de letra menor que la imagen de marca de la empresa interesada, no se considerará un elemento de confusión de imagen de marca.

3º. Las empresas interesadas no crearán confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor medio final doméstico de electricidad/gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, por cualquier canal de comunicación (telefónico, escrito, web, presencial), respecto a la identidad de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización. En la información deberá quedar diferenciada e inequívocamente identificada la empresa interesada respecto a la sociedad que comercializa electricidad /gas natural perteneciente al grupo integrado. En todo caso dicha identificación diferenciada e inequívoca afectará:

- A la identificación de la empresa interesada en las facturas de clientes y en todas las comunicaciones escritas remitidas al cliente, respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre;*
- A la identificación de la empresa interesada en las llamadas telefónicas que reciba de clientes a través de su número de atención específico, respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre;*
- A la identificación de la empresa interesada a través de la dirección de su página web, de forma clara e inequívoca respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre. Dicha web será específica e independiente y no incluirá vínculos al portal web de la sociedad que comercializa electricidad o gas natural perteneciente al grupo empresarial.*
- A la identificación de la empresa interesada en las comunicaciones presenciales con el cliente, de forma clara e inequívoca respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre, ya*

sea por cuenta de la empresa como en representación o subcontratación de un tercero.

La identificación de marca de las empresas interesadas en ubicaciones (rótulos de instalaciones, vehículos, uniformes de sus trabajadores, edificios, arquetas, etc.) no estará afectada por la obligación señalada en el párrafo anterior, en tanto dichos elementos no intervengan en su relación directa con el cliente.

Segunda. Conceder a los interesados en el presente procedimiento un plazo de seis meses desde la notificación de la decisión jurídicamente vinculante, a fin de cumplir con las medidas relativas a la presentación de marca, a su imagen de marca y a la información con el consumidor indicadas en el apartado primero.

Tercera. Dentro de los tres primeros meses de plazo establecido en el apartado anterior, las empresas afectadas podrán aportar a la CNMC, para su valoración, medidas para concretar su adaptación al contenido del presente acuerdo. Si éste es el caso, la CNMC se pronunciará sobre las medidas propuestas, debiendo las empresas adoptar las medidas en los tres meses siguientes a la contestación que efectúe la CNMC.

Cuarta. Con el fin de implementar las medidas acordadas en los dos apartados anteriores, cada una de las empresas interesadas deberá dar cumplimiento a la obligación en al menos aquellos aspectos que, de manera individualizada, se señalan en el Anexo de la presente Resolución.”

Tercero.- De acuerdo con lo establecido en el artículo 10.h) del Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, aprobado por Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, con fecha 12 de septiembre de 2018 se notifica a los interesados la citada Resolución.

Cuarto.- ENDESA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.L., ENDESA ENERGÍA XXI, S.L.U. y EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA, S.A. han interpuesto sendos recursos contencioso-administrativos contra resolución de la CNMC de fecha 6 de septiembre de 2018, que se tramitan ante la Sección Cuarta de la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional bajo las referencias PO4/862/2018, 4/882/2018 y 4/1029/2018 respectivamente.,

En todos ellos la Sala de lo Contencioso Administrativo ha dictado Auto desestimando las medidas cautelares solicitadas por las recurrentes, consistentes en la suspensión de la resolución objeto de recurso

Quinto.- Con fechas 11 y 12 de diciembre de 2018 han tenido entrada en el Registro telemático de la CNMC escritos de las sociedades del GRUPO ENDESA, en cumplimiento de lo previsto en el apartado tercero de la parte dispositiva de la Resolución de 6 de septiembre de 2018, concretamente, de ENDESA ENERGÍA XXI, S.L. (en adelante ENDESA ENERGÍA XXI), ENDESA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. (en adelante ENDESA DISTRIBUCIÓN) y

EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA, S.A.U.¹ (en adelante EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA) a los efectos de aportar a la CNMC, para su valoración, las medidas para concretar su adaptación al contenido de la misma.

a) Consideraciones y propuestas realizadas por ENDESA ENERGÍA XXI.

Las propuestas de actuación remitidas por la sociedad se acompañan de las siguientes consideraciones:

- Con fecha 13 de septiembre de 2018, la sociedad ha recibido notificación de Resolución de la CNMC en el procedimiento por el que dicta decisión jurídicamente vinculante tendente a eliminar la supuesta confusión existente en la información, presentación e imagen de marca por parte de las distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos verticalmente integrados.
- Una vez establecidos los criterios y obligaciones de carácter general, en el Anexo I de la Resolución, la CNMC identifica aquellos aspectos concretos que, a su juicio, han de ser objeto de corrección por parte de las empresas interesadas, en particular, y en lo que a la sociedad interesa, señala:
“(…) Se concluye que existe confusión en la información con el consumidor, debido a que: no dispone de una página web independiente y a que ni siquiera identifica debidamente la marca e imagen de marca en la información que proporciona el comercializador de referencia del grupo.”
- La CNMC concede un plazo de seis meses desde la notificación de la Resolución para que los interesados cumplan con las medidas impuestas en materia de presentación, imagen e información de la marca y, al margen de lo anterior, prevé la posibilidad de que, dentro de los tres primeros meses desde la notificación de la Resolución, las empresas interesadas puedan

¹ A la fecha de la presente Resolución EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA, S.A. y sus sociedades participadas (EMPRESA ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZADOR DE REFERENCIA, S.A.U. y EMPRESA ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA DISTRIBUCIÓN, S.A.U.) forman parte del grupo de sociedades GRUPO ENDESA. La Sala de Competencia de la CNMC, en su sesión de fecha 12 de julio de 2018, resolvió, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, autorizar la operación de concentración consistente en la adquisición del control exclusivo de EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA, S.A. por parte de ENDESA, mediante la adquisición de acciones representativas de, al menos, el 50,01 por ciento de su capital social. Mediante hecho relevante comunicado a la CNMV, de fecha 24 de julio de 2018, ENDESA informa que se ha cerrado el proceso de compra de la totalidad del capital social vinculado a la citada operación, señalando que han acudido a dicha oferta vinculante de compra accionistas que ostentan un porcentaje superior al 94 por ciento del capital social de la sociedad.

“aportar a la CNMC, para su valoración, medidas para concretar su adaptación” al objeto de que aquella pueda realizar una valoración de las mismas”.

- La interesada, dentro del plazo de tres meses inicialmente concedido, adjunta como Anexo una propuesta de las medidas exigidas por la CNMC en su Resolución, advirtiendo que “dicha propuesta se realiza sin perjuicio de las alegaciones vertidas por la sociedad durante el procedimiento administrativo en cuanto a la manifiesta invalidez de la misma” y señalando que dicha Resolución ha sido recurrida por la interesada ante la Audiencia Nacional, con petición de suspensión cautelar de la misma.
- Se señala que *“en términos de estricta defensa jurídica, los artículos 12.3 de la LSE y 63.6 LSH, únicamente, establecen la obligación de las distribuidoras y comercializadoras de referencia de no crear confusión en la información y presentación de la marca e imagen de marca pero, en ningún caso, extienden la obligación relativa a la presentación de la marca a un elemento totalmente distinto y que nada tiene que ver con la marca, como es la denominación social”.*
- A su juicio, la competencia para aplicar las normas reguladoras de la denominación social reside en exclusiva en el Registro Mercantil Central, de conformidad con los requisitos establecidos en los artículos 398 y siguientes del Reglamento Mercantil.
- Manifiesta que los plazos concedidos por la CNMC para implantar las medidas exigidas resultan manifiestamente insuficientes atendiendo, entre otros muchos aspectos, a la complejidad de acometer un proceso como el que la CNMC propone, precisándose, entre otras cuestiones del registro de los signos distintivos (marca, nombre comercial y logotipo, fundamentalmente) en la OEPM (Oficina Española de Patentes y Marcas), registro del dominio para la página de red y el registro de denominación social en la sección de Denominaciones del Registro Mercantil Central.
- Señala que al complejo proceso de selección de una identidad o marca corporativa se une la necesidad de, una vez hallada la adecuada, buscar la debida protección mediante el registro de los tres elementos citados ante diferentes instituciones en procesos no relacionados entre sí, lo que no resulta sencillo desde un punto de vista práctico. Al objeto de que la CNMC visualice la complejidad del proceso exigido, indica que es posible encontrar un “signo distintivo” adecuado, pero puede suceder que el dominio relacionado con el mismo no esté disponible o, directamente, que el Registro Mercantil Central deniegue el uso de una denominación social relacionada.
- Pone de manifiesto que el procedimiento de inscripción de una nueva marca ante la OEPM tiene una duración mínima de entre 6 y 12 meses, plazo muy superior al otorgado por parte de la CNMC para que el interesado presente el cambio de marca correspondiente, circunstancia que genera el consiguiente riesgo de que la CNMC autorice un cambio de marca y su inscripción sea posteriormente denegada por parte de la Oficina

especializada en materia de marcas, “que es quien, en rigor, dictamina sobre la ausencia o no de confusión a la hora de autorizar la inscripción del signo solicitado”.

- Señala que se ha consumido ya la mitad del plazo otorgado por la CNMC y **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**.
- Finalmente, destaca que el proceso de hallazgo de identidad corporativa, “no es el final, sino solo el principio de un largo proceso comercial, técnico y administrativo para acometer el cambio ordenado por esta Comisión”.

En cuanto a las medidas para ajustarse a la Resolución de 6 de septiembre de 2018, la sociedad propone las siguientes al objeto de su valoración por parte de la CNMC:

“ ...

- (i) Con relación a la obligación de no crear confusión en la presentación de marca respecto a la identidad propia de la comercializadora libre del grupo, se propone el siguiente cambio: **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**.
- (ii) Con relación a la obligación de no crear confusión en la imagen de marca respecto a la identidad propia de la comercializadora libre del grupo y, en particular, con relación a la obligación de modificar el logotipo, se propone lo siguiente:
[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]
- (iii) Los cambios necesarios desde el punto de vista de la presentación de marca e imagen de marca serán, en su caso, incorporados en una nueva web de Endesa Energía XXI, S.L.U. y sobre la que se está actualmente trabajando. Los dominios registrados serían, en su caso, los siguientes: **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**. Dicha modificación quedará, a su vez, reflejada en todos los canales de comunicación con el consumidor.

Adviértase, en todo caso, que dicho proyecto está necesariamente condicionado por la valoración que la CNMC realice de la propuesta de cambio en la presentación e imagen de marca aquí realizada”.

b) Consideraciones y propuestas realizadas por ENDESA DISTRIBUCIÓN.

El escrito de ENDESA DISTRIBUCIÓN incorpora idénticas consideraciones a las ya expuestas para la sociedad ENDESA ENERGÍA XXI, añadiendo, no obstante, los siguientes comentarios:

- Alega que la CNMC “se arroga facultades expresamente atribuidas a otros organismos, tales como las Oficinas especializadas en la concesión de signos distintivos nacionales y europeos (en particular, la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (“EUIPO”) y la Oficina Española de Patentes y Marcas (“OEPM”)”.
- Advierte que la interesada **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**

En cuanto a las medidas propuestas para ajustarse a lo previsto en la Resolución de 6 de septiembre de 2018, la sociedad indica los siguientes cambios al objeto de su valoración por parte de la CNMC:

- (i) *Con relación a la obligación de no crear confusión en la presentación de marca respecto a la identidad propia de la comercializadora libre del grupo, se propone el siguiente cambio: **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]***
- (ii) *Con relación a la obligación de no crear confusión en la imagen de marca respecto a la identidad propia de la comercializadora libre del grupo y, en particular, con relación a la obligación de modificar el logotipo, se propone lo siguiente*

[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]

- (iii) *Los cambios necesarios desde el punto de vista de la presentación de marca e imagen de marca serán, en su caso, incorporados en la web de Endesa Distribución. A tal efecto, se propone el siguiente dominio **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**”*

- c) Consideraciones y propuestas realizadas por EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA.

El escrito remitido por la sociedad incorpora las consideraciones ya expuestas para las sociedades ENDESA ENERGÍA XXI y ENDESA DISTRIBUCIÓN.

En cuanto a las medidas propuestas para ajustarse a lo establecido en la Resolución de 6 de septiembre de 2018, la sociedad indica los siguientes cambios al objeto de su valoración por parte de la CNMC:

- (i) *Con relación a la obligación de no crear confusión en la presentación de marca respecto a la identidad propia de la comercializadora libre del grupo, se propone el siguiente cambio:*

[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]

- (ii) *Con relación a la obligación de no crear confusión en la imagen de marca respecto a la identidad propia de la comercializadora libre del grupo y, en particular, con relación a la obligación de modificar el logotipo, se propone lo siguiente*

[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]

- (iii) *Los cambios necesarios desde el punto de vista de la presentación de marca e imagen de marca serán, en su caso, incorporados a una web de Empresa Alumbrado Eléctrico de Ceuta Comercialización de Referencia, S.A.U. y sobre la que se está actualmente trabajando. Los dominios registrados serán, en su caso, los siguientes: **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**.*

Dicha modificación quedará, a su vez, reflejada en todos los canales de comunicación con el consumidor.”

FUNDAMENTOS DE DERECHO JURÍDICO-PROCESALES

Primero.- Habilitación competencial.

De conformidad con el artículo 25 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, así como de los artículos 18 y 23 del Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (aprobado por el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto), corresponde al Director de Instrucción el ejercicio de las competencias que la normativa atribuye a su Dirección y, en particular, a tenor del apartado i) de dicho artículo 23, le corresponde “*incoar y tramitar los procedimientos para la adopción de decisiones jurídicamente vinculantes para las empresas eléctricas y de gas natural y elevar al Consejo la propuesta para su aprobación*”.

Asimismo, el apartado a) del citado artículo 23 establece que la Dirección de Energía, como órgano encargado de las funciones de instrucción de expedientes de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en aplicación de la Ley 54/1997, de 27 de noviembre, del Sector Eléctrico y de la Ley 34/1998, de 7 de octubre, del Sector de Hidrocarburos es, en particular, el órgano competente para elevar al Consejo las propuestas de resolución que se elaboren en ejercicio de las competencias previstas en el artículo 7 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, y singularmente en materia de supervisión y control en el sector eléctrico y en el sector del gas natural.

En aplicación de los artículos 14.1 y 21.2 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, así como los artículos 8.2.k) y 14.1.b) del Estatuto Orgánico, corresponde a la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC la competencia para la adopción de las

decisiones jurídicamente vinculantes, competencia que, en el caso que nos ocupa, fue ejercida a través de la Resolución de 6 de septiembre de 2018. En consecuencia, corresponde también a la Sala de Supervisión Regulatoria la competencia para resolver sobre el cumplimiento de las medidas propuestas por las empresas afectadas para adaptarse al contenido de aquella.

Segundo.- Fundamento y objeto de la presente Resolución

Este procedimiento tiene por objeto dar cumplimiento efectivo a la obligación establecida en el artículo 12.3 de la Ley del Sector Eléctrico y en el artículo 63.6 de la Ley del Sector de Hidrocarburos, y en particular, eliminar la confusión de marca e imagen de marca de los grupos integrados, por su efecto directo en la elección de comercializador por parte del consumidor.

A tal efecto, la Sala de Supervisión Regulatoria aprobó en su sesión del día 6 de septiembre de 2018, la *“Resolución del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca”*, mediante la que se adoptan medidas relativas a la presentación de marca, imagen de marca e información con el consumidor, con respecto a las empresas distribuidoras de gas natural y electricidad (en el caso de sector de electricidad, aquellas con más de 100.000 clientes conectados a sus redes) y comercializadoras de referencia o de último recurso que formen parte de grupos empresariales que integren igualmente sociedades que comercializan en mercado libre electricidad y gas natural.

Concede a los interesados un plazo de seis meses para su cumplimiento desde la notificación de la decisión jurídicamente vinculante, pudiendo aportar a la CNMC para su valoración, en los tres primeros meses, las medidas para concretar su adaptación al contenido del acuerdo, sobre las que la CNMC ha de pronunciarse:

“Tercera. Dentro de los tres primeros meses de plazo establecido en el apartado anterior, las empresas afectadas podrán aportar a la CNMC, para su valoración, medidas para concretar su adaptación al contenido del presente acuerdo. Si éste es el caso, la CNMC se pronunciará sobre las medidas propuestas, debiendo las empresas adoptar las medidas en los tres meses siguientes a la contestación que efectúe la CNMC”.

Atendiendo a lo expuesto, la presente Resolución se adopta a los efectos de la valoración por parte de la CNMC de las medidas presentadas por las interesadas, pronunciándose respecto de su contenido y eficacia, al objeto de concluir si, a través de la implementación de las mismas, ENDESA ENERGÍA

XXI, ENDESA DISTRIBUCIÓN y EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA cumplirían con las medidas establecidas en la *“Resolución del procedimiento para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal por las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca”*, tomando asimismo en consideración lo previsto en el Acuerdo cuarto, que señala que cada sociedad habrá de dar cumplimiento a la obligación en, al menos, aquellos aspectos que, de manera individualizada por sociedad, se señalan en el Anexo que acompaña a la Resolución de 6 de septiembre de 2018.

FUNDAMENTOS DE DERECHO JURÍDICO-MATERIALES

Primero.- Sobre la medida consistente en no crear confusión en la presentación de marca de las empresas interesadas respecto a la identidad propia de las sociedades de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización.

La Resolución de 6 de septiembre de 2018 para la adopción de una decisión jurídicamente vinculante relativa al cumplimiento efectivo de la obligación legal de las empresas distribuidoras y comercializadoras de referencia pertenecientes a grupos verticalmente integrados, de no crear confusión en los consumidores en relación con la información, representación de marca e imagen de marca señala que *“Las empresas interesadas no crearán confusión en la presentación de marca respecto a la identidad propia de las sociedades de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización”*, indicando que *“Esta medida se entiende referida, en todo caso, a la denominación social de las sociedades distribuidoras y comercializadoras de referencia o último recurso en relación con la denominación social de las sociedades que comercialicen electricidad y gas natural pertenecientes al mismo grupo empresarial”* y concreta:

- *“El consumidor medio, final y doméstico de electricidad o gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, deberá poder identificar correctamente, no sólo la actividad que desempeña la empresa - distribución o comercialización de referencia-, sino además que no asocie, no relacione o no identifique de forma equívoca la marca de ambas sociedades pertenecientes al mismo grupo empresarial en el que se integra la sociedad que comercializa electricidad y gas natural del grupo verticalmente integrado.*
- *A los efectos del cumplimiento de las medidas señaladas en los párrafos anteriores se señala que la mera incorporación del término “distribución” en la marca vinculada al distribuidor o del término “comercializador de referencia” o “suministrador de último recurso” o “comercializador de último recurso” en la denominación social de dichas empresas, no elimina el riesgo de confusión de marca, si en su denominación social se incluye el nombre*

del grupo, siempre que sea adoptado en la denominación social de la sociedad que comercializa electricidad y gas natural perteneciente al grupo.”

Respecto de esta obligación, las sociedades del GRUPO ENDESA sometidas a la misma y a los efectos de no crear confusión en la presentación de marca respecto de la identidad propia de la comercializadora libre del grupo, han propuesto las siguientes modificaciones de sus denominaciones sociales:

PRESENTACIÓN DE MARCA ACTUAL	PROPUESTA PRESENTACIÓN DE MARCA
ENDESA ENERGÍA XXI	[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]
EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA	[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]
ENDESA DISTRIBUCIÓN	[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]

Siendo las actuales presentaciones de marca/denominaciones sociales de las comercializadoras libres del grupo, ENDESA ENERGÍA, S.A.U. y EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA, S.A., en virtud de lo previsto en la Resolución de 6 de septiembre de 2018, tanto en su parte dispositiva como en el Anexo que la acompaña, y atendiendo a las propuestas presentadas:

- a) Respecto de las propuestas de nueva presentación de marca/denominación social para las comercializadoras de referencia/último recurso ENDESA ENERGÍA XXI y EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA.

Las denominaciones sociales propuestas para las dos comercializadoras de referencia y/o último recurso que forman parte del grupo **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**, sin embargo, no eliminarían el riesgo de confusión para el consumidor final respecto de la identidad propia de las sociedades del grupo que realizan actividades de comercialización, ENDESA ENERGÍA y EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA, respectivamente, atendiendo al criterio establecido en la Resolución de 6 de septiembre de 2018 que prevé que “la mera incorporación del término “distribución” en la marca vinculada al distribuidor o del término “comercializador de referencia” o “suministrador de último recurso” o “comercializador de último

recurso” en la denominación social de dichas empresas, no elimina el riesgo de confusión de marca, si en su denominación social se incluye el nombre del grupo, siempre que sea adoptado en la denominación social de la sociedad que comercializa electricidad y gas natural perteneciente al grupo”.

Así, la propuesta de presentación de marca **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**.

En consecuencia, las interesadas ENDESA ENERGÍA XXI y EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA deberán proceder a adoptar las medidas necesarias destinadas a que sus respectivas presentaciones de marca o denominaciones sociales definitivas se ajusten a lo previsto en la Resolución de 6 de septiembre de 2018.

b) Respecto de la propuesta de nueva presentación de marca/denominación social para ENDESA DISTRIBUCIÓN.

La presentación de marca propuesta para la distribuidora del grupo de sociedades es **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**.

La interesada advierte en el escrito dirigido a la CNMC que **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

En consecuencia, la interesada ENDESA DISTRIBUCIÓN deberá proceder a adoptar las medidas necesarias destinadas a formalizar una presentación de marca o denominación social que se ajuste a lo previsto en la Resolución de 6 de septiembre de 2018.

Segundo.- Sobre la medida consistente en no crear confusión en la imagen de marca de las empresas interesadas respecto a la identidad propia de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización.

Señala la Resolución de 6 de septiembre de 2018 que “*las empresas interesadas no crearán confusión en la imagen de marca respecto a la identidad propia de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización*”.

Continúa indicando que dicha medida “*se entiende referida, en todo caso, al logotipo, teniendo en cuenta todos los factores relevantes en la comparación gráfica, fonética o conceptual de los signos en conflicto. Adviértase que la incorporación en la imagen de marca de la distribuidora y de la comercializadora de referencia, de palabras, letras, cifras, figuras, signos, dibujos, elementos o símbolos comunes o idénticos a la imagen de marca de la empresa comercializadora perteneciente al grupo, son susceptibles de crear confusión al consumidor final doméstico de electricidad/gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz.*

No obstante lo anterior, la indicación de la pertenencia al grupo en letra con tamaño, color, situación del logotipo, en clara disposición inferior, menos visible y con tamaño de letra menor que la imagen de marca de la empresa interesada, no se considerará un elemento de confusión de imagen de marca.”

Esta Resolución refiere lo señalado por la legislación sobre marcas y la jurisprudencia existe sobre confusión de marcas, tanto del Tribunal de Justicia de la Unión Europea como del Tribunal Supremo, en los siguientes términos:

- *“Que el riesgo de confusión debe apreciarse, en particular, en relación con la percepción que tiene el consumidor medio de electricidad y gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz.*
- *Que la existencia del riesgo de confusión debe apreciarse teniendo en cuenta globalmente todos los factores relevantes del caso, incluyendo una comparación gráfica, fonética o conceptual de los signos en conflicto, teniendo en cuenta, particularmente sus elementos distintivos y dominantes”.*

Continúa señalando que *“estas consideraciones guían la presente resolución, si bien se tiene en cuenta que, a diferencia de la jurisprudencia que protege a la empresa respecto a la elección de marca de otras empresas competidoras, en el presente procedimiento, a quien se busca proteger es al consumidor en su elección de comercializador, y por ende, a los competidores respecto a la confusión que pueda producirse en la identidad de las empresas pertenecientes a un grupo integrado (...)”.*

Atendiendo a lo expuesto y considerando lo previsto en la Resolución de 6 de septiembre de 2018, tanto en su parte dispositiva como en el Anexo que la acompaña:

- a) Respecto de la propuesta de nueva imagen de marca para ENDESA DISTRIBUCIÓN.

La interesada ENDESA DISTRIBUCIÓN ha presentado una propuesta de imagen de marca que **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

De la comparación de esta propuesta con la imagen de marca asociada a la sociedad del grupo que desarrolla actividad de comercialización ENDESA ENERGÍA:



[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]

Por su parte, **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**.

Tal y como se ha indicado en apartados anteriores, la Resolución de 6 de septiembre de 2018 señala que *“la incorporación en la imagen de marca de la distribuidora y de la comercializadora de referencia, de palabras, letras, cifras, figuras, signos, dibujos, elementos o símbolos comunes o idénticos a la imagen de marca de la empresa comercializadora perteneciente al grupo, son susceptibles de crear confusión al consumidor final doméstico de electricidad/gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz”*.

Atendiendo al criterio anterior, **[INICIO CONFIDENCIAL]**, **[FIN CONFIDENCIAL]** sin embargo, sin descomponer individualmente los elementos que integran la imagen de marca, puede afirmarse que ambas imágenes de marca se aprecian como marcas distintas, **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**

En consecuencia, la interesada ENDESA DISTRIBUCIÓN habrá de adoptar las medidas necesarias para que su presentación de marca definitiva se adapte a lo previsto en la presente Resolución.

La incorporación al grupo ENDESA de la comercializadora EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA y sus filiales implica la necesidad de verificar que la propuesta de imagen de marca de la distribuidora no induce a confusión respecto de la identidad de esta sociedad.

A la fecha de la presente Resolución, la operación de concentración no ha supuesto alteración de la imagen de marca de esta comercializadora respecto a la existente previa a la operación de concentración, no incorporando la propuesta de imagen de marca presentada por la interesada elemento coincidente con la misma, tal y como puede apreciarse:



Empresa de Alumbrado Eléctrico de Ceuta

[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]

- b) Respecto de las propuestas de nueva imagen de marca para las comercializadoras de referencia/último recurso ENDESA ENERGÍA XXI y EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA.

Las imágenes de marca propuestas para las dos comercializadoras de referencia/último recurso **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**

Se valoran las propuestas facilitadas por estas sociedades respecto de cada una de las sociedades del grupo que desarrollan actividad de comercialización, tomando en consideración el criterio establecido en la Resolución de 6 de septiembre de 2018 que señala que *“la incorporación en la imagen de marca de la distribuidora y de la comercializadora de referencia, de palabras, letras, cifras, figuras, signos, dibujos, elementos o símbolos comunes o idénticos a la imagen de marca de la empresa comercializadora perteneciente al grupo, son susceptibles de crear confusión al consumidor final doméstico de electricidad/gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz”*.

- Valoración de las imágenes de marca propuestas por las comercializadoras de referencia/último recurso respecto de la imagen de marca de la comercializadora del grupo EMPRESA ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA.

De la comparación gráfica, fonética y conceptual de la imagen de marca propuesta por la interesada que opera en Ceuta, EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA, respecto de la imagen de marca de la comercializadora del grupo EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA no se deduce la existencia de elementos comunes (palabras, letras, cifras, figuras, signos, dibujos, elementos o símbolos) que impliquen riesgo de confusión para el consumidor final, concluyendo que se aprecian como imágenes de marca diferentes:

[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]



Empresa de Alumbrado Eléctrico de Ceuta

Asimismo, **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**

Como consecuencia de la incorporación al GRUPO ENDESA de la sociedad EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA y sus filiales, procede comparar la propuesta de imagen de marca para la comercializadora regulada ENDESA ENERGÍA XXI con la imagen de marca de la comercializadora del grupo que opera en CEUTA, no apreciándose, igualmente, elementos comunes (fonéticos, gráficos o conceptuales) que pudieran implicar riesgo de confusión para el consumidor medio:

[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]



- Valoración de las imágenes de marca propuestas por las comercializadoras de referencia/último recurso respecto de la imagen de marca de la comercializadora del grupo ENDESA ENERGÍA.

Las imágenes de marca propuestas por las dos interesadas, ENDESA ENERGÍA XXI y EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA, se muestran en el siguiente cuadro, junto con la imagen de marca de la sociedad del grupo que desarrolla actividad de comercialización ENDESA ENERGÍA:

INTERESADA ENDESA ENERGÍA XXI / EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA	COMERCIALIZADORA DEL GRUPO
[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]	
[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]	

De las propuestas realizadas por las interesadas se destaca:

- **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

De la comparación de las anteriores imágenes de marca con la imagen de marca de la comercializadora del grupo ENDESA ENERGÍA:

- **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

En cuanto a la inclusión de referencia al grupo de sociedades:

- **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

Tal y como se ha indicado, la Resolución de 6 de septiembre de 2018 señala que *“la incorporación en la imagen de marca de la distribuidora y de la comercializadora de referencia, de palabras, letras, cifras, figuras, signos, dibujos, elementos o símbolos comunes o idénticos a la imagen de marca de la empresa comercializadora perteneciente al grupo, son susceptibles de crear confusión al consumidor final doméstico de electricidad/gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz”*.

Atendiendo al criterio anterior, **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** constituiría un elemento susceptible de inducir a confusión a un consumidor medio respecto de la identidad propia de la comercializadora ENDESA ENERGÍA, sin embargo, sin descomponer individualmente los elementos que integran la imagen de marca, puede afirmarse que las mismas podrían captarse como marcas distintas respecto de la marca de la comercializadora, **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**, puesto que las propuestas de imagen incorporan elementos adicionales y diferenciadores respecto de la imagen de marca de la comercializadora, **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**, que resultarían claramente distintivos en una primera impresión, eliminado así cualquier riesgo de confusión.

Respecto de la incorporación en la imagen de marca de **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** la propuesta de imagen de marca incorpora otros elementos dominantes que resultan diferenciadores en un estudio global de ambas.

No obstante, en cuanto a la propuesta para **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** En consecuencia, la interesada ENDESA ENERGÍA XXI habrá de adoptar las medidas necesarias para que su imagen de marca definitiva se ajuste a lo expuesto en la presente Resolución.

Tercero.- Sobre la medida consistente en no crear confusión en la información que las empresas interesadas remitan o intercambien con el consumidor medio final doméstico de electricidad/gas natural,

normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, por cualquier canal de comunicación (telefónico, escrito, web, presencial), respecto a la identidad de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización.

La Resolución de 6 de septiembre de 2018 establece que *“las empresas interesadas no crearán confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor medio final doméstico de electricidad/gas natural, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, por cualquier canal de comunicación (telefónico, escrito, web, presencial), respecto a la identidad de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización. En la información deberá quedar diferenciada e inequívocamente identificada la empresa interesada respecto a la sociedad que comercializa electricidad /gas natural perteneciente al grupo integrado. En todo caso dicha identificación diferenciada e inequívoca afectará:*

- A la identificación de la empresa interesada en las facturas de clientes y en todas las comunicaciones escritas remitidas al cliente, respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre;*
- A la identificación de la empresa interesada en las llamadas telefónicas que reciba de clientes a través de su número de atención específico, respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre;*
- A la identificación de la empresa interesada a través de la dirección de su página web, de forma clara e inequívoca respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre. Dicha web será específica e independiente y no incluirá vínculos al portal web de la sociedad que comercializa electricidad o gas natural perteneciente al grupo empresarial.*
- A la identificación de la empresa interesada en las comunicaciones presenciales con el cliente, de forma clara e inequívoca respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre, ya sea por cuenta de la empresa como en representación o subcontratación de un tercero.*

La identificación de marca de las empresas interesadas en ubicaciones (rótulos de instalaciones, vehículos, uniformes de sus trabajadores, edificios, arquetas, etc.) no estará afectada por la obligación señalada en el párrafo anterior, en tanto dichos elementos no intervengan en su relación directa con el cliente.”

Las medidas propuestas por ENDESA ENERGÍA XXI y EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA se concretan en la creación de páginas web para cada una de las comercializadoras de referencia/último recurso, con dominios diferenciados y el reflejo en todos los canales de comunicación con el consumidor, incluida la página web, de las modificaciones o cambios necesarios desde el punto de vista de presentación e imagen de marca.

La interesada ENDESA DISTRIBUCIÓN ya disponía de página web separada con anterioridad a la aprobación de la Resolución de 6 de septiembre de 2018, por lo que propone la incorporación de los cambios necesarios desde el punto de vista de la presentación de marca e imagen de marca en la web de Endesa Distribución ya existente, así como la adopción de un dominio para la misma ajustado a la nueva imagen y presentación de marca.

Atendiendo a lo exigido en la Resolución de 6 de septiembre de 2018, tanto en su parte dispositiva como en el Anexo que la acompaña, y a las propuestas anteriores, se observa:

- las propuestas de creación de páginas webs diferenciadas para las empresas comercializadoras de referencia/último recurso, con dominio propio y claramente identificado, incorporando, en su caso, los cambios necesarios derivados de la nueva presentación de marca e imagen de marca (de aplicación, igualmente, a la web de la distribuidora ya existente) resultarían consistentes con las medidas requeridas en la Resolución de la CNMC de 6 de septiembre de 2018.

No obstante, no se hace mención a la medida requerida respecto de la ausencia en estas páginas web de vínculos al portal web de las sociedades que comercializan electricidad o gas natural pertenecientes al grupo empresarial, también señalado en la citada Resolución.

En relación con este aspecto, la CNMC considera que habrían de evitarse vínculos también en sentido contrario (desde la web de la comercializadora del grupo a la web de la interesada), evitando que se aporte información sobre canales de contacto (teléfono o dirección de correo electrónico) asociados a sociedades que desarrollen actividades ajenas a las llevadas a cabo por la sociedad vinculada al portal web en el que se encuentre el consumidor, a los efectos de evitar confusión respecto de la identidad propia de cada sociedad y sus actividades.

- En cuanto a la propuesta general de las interesadas ENDESA ENERGÍA XXI y EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA consistente en acometer las modificaciones y cambios necesarios para el reflejo de la presentación e imagen de marca en *“todos los canales de comunicación con el consumidor”*, la CNMC entiende que, en general, en esta declaración podrían quedar

subsumidas las medidas que ha concretado de forma más precisa en su Resolución de 6 de septiembre (identificación de la empresa interesada en las facturas de clientes y en todas las comunicaciones escritas remitidas al cliente, así como en las llamadas telefónicas que reciba de clientes a través de su número de atención específico, siempre respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre). No obstante, la CNMC considera que las interesadas, incluyendo a la distribuidora si no lo hubiera previsto, al menos, habrán de materializar las medidas explícitamente citadas que afectan a las comunicaciones escritas y a llamadas (incluyendo mensajes y locuciones telefónicas) y, en el caso de que desarrollen direcciones de correo electrónico propias para facilitar el contacto con sus clientes (sugerencias, averías, reclamaciones, etc...), habrán de garantizar la creación de cuentas de correo claramente asociadas a las interesadas.

- En cuanto a la medida requerida por la CNMC consistente en *“la identificación de la empresa interesada en las comunicaciones presenciales con el cliente, de forma clara e inequívoca respecto a la sociedad perteneciente al grupo que comercializa en el mercado libre, ya sea por cuenta de la empresa como en representación o subcontratación de un tercero”*, las interesadas no reportan medida específica alguna, más allá de la propuesta general ya señalada y de aplicación a *“todos los canales de comunicación con el consumidor”*, ámbito de aplicación en el que, dado su grado de generalidad, entiende la CNMC quedaría subsumido el canal de atención presencial.

Esta CNMC considera que las interesadas han de desarrollar esta propuesta general, procediendo a concretar la misma de manera que se traduzca en medidas y procedimientos específicos de diversa naturaleza destinados a garantizar que no exista riesgo de confusión en la información accesible por los consumidores en los espacios físicos en los que se ofrece atención presencial conjunta para clientes de las comercializadoras libres y reguladas del grupo de sociedades, como serían: **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

- En caso de implementación por parte de las interesadas de herramientas para facilitar a sus clientes la realización de gestiones online (web privada de cliente o aplicaciones para dispositivos móviles), a los efectos de ajustarse a las directrices expuestas en la Resolución de 6 de septiembre de 2018, la CNMC considera que las mismas habrían de mantenerse claramente diferenciadas en cuanto a su presentación e imagen de marca y las interesadas deberán formalizar procedimientos con la finalidad de garantizar la ausencia de riesgo de confusión para el usuario con respecto a la sociedad, servicios y mercado al que corresponden estas herramientas, como serían: **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**
- Señala la Resolución de la CNMC que la identificación de marca de las empresas interesadas en ubicaciones (rótulos de instalaciones, vehículos, uniformes de sus trabajadores, edificios, arquetas, etc.) no estará afectada por

la obligación señalada en el párrafo anterior, en tanto dichos elementos no intervengan en su relación directa con el cliente. Las interesadas no señalan ninguna actuación en relación con posibles ubicaciones afectadas por esta medida, considerando la CNMC que, en caso de resultar de aplicación, deberán acometerse actuaciones a los efectos de materializar esta disposición.

Cuarto- Sobre la valoración de las medidas propuestas y su materialización.

En cumplimiento de lo establecido en la Resolución de 6 de septiembre de 2018 la CNMC ha procedido a analizar las medidas presentadas por las interesadas, en consecuencia, las evaluaciones y consideraciones reflejadas en la presente Resolución se refieren a las propuestas concretas informadas, sin perjuicio de las posteriores actuaciones por parte de esta Comisión destinadas a la supervisión de la implementación final de las mismas y cumplimiento efectivo, en el ejercicio de su función supervisora de los mercados de electricidad y de gas natural y, en particular, de su función supervisora de la separación de actividades, establecidas, respectivamente, en los artículos 5.1. a) y 7.3 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, con la finalidad de garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

ACUERDA

Primera. Declarar que las propuestas de modificación de presentación de marca realizadas por las interesadas ENDESA ENERGÍA XXI, S.L. y EMPRESA ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA, S.A.U. crearían confusión respecto a la identidad propia de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización, ENDESA ENERGÍA, S.A.U. y EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA, S.A. respectivamente y, en consecuencia, requerir a dichas empresas que adopten las medidas necesarias destinadas a que sus presentaciones de marca o denominaciones sociales definitivas se ajusten a lo previsto en la Resolución de 6 de septiembre de 2018.

Segunda. No realizar valoración alguna sobre la propuesta de modificación de presentación de marca realizada por la interesada ENDESA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. y requerir a esta empresa la adopción de las medidas necesarias destinadas a la formalización de una presentación de marca o

denominación social que se ajuste a lo previsto en la Resolución de 6 de septiembre de 2018.

Tercera. Declarar que la propuesta de modificación de imagen de marca realizada por la interesada ENDESA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U.:

- no crearía confusión respecto a la identidad propia de la filial de su mismo grupo que realiza la actividad de comercialización EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA, S.A. y
- no crearía confusión respecto a la identidad propia de la filial de su mismo grupo que realiza la actividad de comercialización ENDESA ENERGÍA, S.A.U., en los términos señalados en el apartado segundo, letra a), de los Fundamentos de Derecho Jurídico-Materiales de la presente Resolución y, en consecuencia, requerir a dicha empresa la adopción de las medidas necesarias para que la imagen de marca definitiva se ajuste a los mismos.

Cuarta. Declarar que la propuesta de modificación de imagen de marca realizada por la interesada EMPRESA ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA, S.A.U. no crearía confusión respecto a la identidad propia de las filiales de su grupo que realizan la actividad de comercialización EMPRESA DE ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA, S.A. y ENDESA ENERGÍA, S.A.U.

Quinta. Declarar que la propuesta de modificación de imagen de marca realizada por la interesada ENDESA ENERGÍA XXI, S.L.:

- no crearía confusión respecto a la identidad propia de la filial de su mismo grupo que realiza la actividad de comercialización EMPRESA ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA, S.A. y
- no crearía confusión respecto a la identidad propia de la filial de su mismo grupo que realiza la actividad de comercialización ENDESA ENERGÍA, S.A.U. en los términos señalados en el apartado segundo, letra b), de los Fundamentos de Derecho Jurídico-Materiales de la presente Resolución y, en consecuencia, requerir a dicha empresa la adopción de las medidas necesarias para que la imagen de marca definitiva se ajuste a los mismos.

Sexta. Declarar que las propuestas concretas de actuación realizadas por las interesadas ENDESA ENERGÍA XXI, S.L., EMPRESA ALUMBRADO ELÉCTRICO DE CEUTA COMERCIALIZACIÓN DE REFERENCIA, S.A.U. y ENDESA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U., a los efectos de cumplir con la medida consistente en no crear confusión en la información que remitan o intercambien con el consumidor medio, así como las medidas de carácter general, resultarían consistentes con las medidas requeridas en la Resolución de la CNMC de 6 de septiembre de 2018 y requerir a dichas empresas que concreten estas disposiciones generales desarrollando medidas específicas

atendiendo a los términos y directrices recogidos en el apartado tercero de los Fundamentos de Derecho Jurídico-Materiales de la presente Resolución.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Energía y notifíquese a los interesados.

La presente Resolución agota la vía administrativa, no siendo susceptible de recurso de reposición. Puede ser recurrida, no obstante, ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional en el plazo de dos meses, de conformidad con lo establecido en la disposición adicional cuarta, 5, de la Ley 29/1998, de 13 de julio.