

RESOLUCIÓN SOBRE LAS MEDIDAS PROPUESTAS POR LAS SOCIEDADES DEL GRUPO IBERDROLA 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 del GRUPO IBERDROLA 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.- Con fecha 12 y 13 de diciembre de 2018, respectivamente, tienen entrada en el Registro telemático de la CNMC sendos escritos de IBERDROLA COMERCIALIZACIÓN DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U (en adelante, IBERCUR) e IBERDROLA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. (en adelante IBERDROLA DISTRIBUCIÓN) en cumplimiento de lo previsto en el apartado tercero de la parte dispositiva de la Resolución de 6 de septiembre de 2018, a los efectos de aportar a la CNMC, para su valoración, las medidas que prevén adoptar para dar cumplimiento efectivo de lo acordado en la referida Resolución.

a) Medidas presentadas por IBERDROLA DISTRIBUCIÓN.

Primera. Modificación de su denominación social, [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]

Se indica que IBERDROLA DISTRIBUCIÓN tiene previsto modificar su denominación social actual que, de ser validada por la CNMC, pasará a ser [INICIO CONFIDENCIAL], [FIN CONFIDENCIAL] evitando cualquier riesgo de

confusión o asociación de la denominación social de la distribuidora con la marca del grupo.

Segunda. Modificación de su imagen de marca.

Para atender las demandas de la CNMC respecto de la imagen de marca, propone cambiar su logotipo y su imagen de marca, proponiendo la siguiente: **[INICIO CONFIDENCIAL]**

[FIN CONFIDENCIAL]

Respecto del nuevo logotipo, la interesada indica que **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**

La interesada manifiesta que se propone un logotipo “*indudablemente innovador y diferenciado, sin que sea susceptible de generar el mínimo atisbo de confusión para cualquier consumidor medio*”.

Tercera. Introducción de la nueva denominación social e imagen de marca en todas las comunicaciones con clientes.

Para dar cumplimiento a las exigencias recogidas en la Resolución de 6 de septiembre de 2018 y considerando las medidas ya adoptadas, reconocidas por la CNMC en su Resolución (identificación en comunicaciones escritas y página web independiente, separada y diferenciada de la web de la comercializadora) o comunicadas a lo largo de la tramitación del presente expediente (número de teléfono propio con mensaje de bienvenida diferenciado, correo electrónico diferenciado, canales digitales propios y diferenciados y aplicación propia para dispositivos móviles), la interesada propone, una vez la CNMC apruebe las medidas relativas a la nueva presentación e imagen de marca, la inclusión de ambas en todas las comunicaciones con sus clientes, con independencia del canal que se emplee, de manera que, una vez eliminadas las similitudes en la marca e imagen de marca, desaparecerá todo riesgo de confusión en la información remitida al consumidor. Así, manifiesta que, una vez se validen las medidas referidas, implementará en el plazo de tres meses todas las actuaciones necesarias para dar cumplimiento pleno a la decisión de esa CNMC: actualización del diseño y contenido de la app, la página web, las comunicaciones por escrito con clientes, etc.

Finalmente, la interesada señala que ha registrado los nombres de dominio necesarios para implementar el cambio respecto de su página web **[INICIO CONFIDENCIAL]** **[FIN CONFIDENCIAL]**

Cuarta. Modificación de todos los elementos que intervengan en su relación directa con el cliente.

De acuerdo con el apartado 3º del acuerdo primero de la parte dispositiva de la Resolución de 6 de septiembre de 2018¹, IBERDROLA DISTRIBUCIÓN se compromete a:

- i. Modificar aquellos elementos que sí vayan a tener una incidencia directa a la relación con el cliente e
- ii. Incluir gradualmente **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** la nueva denominación social y/o el nuevo logo en todos los elementos e instalaciones de su red de distribución.

Señala que, siguiendo el criterio de la Resolución, no modificará aquellos elementos ya instalados (arquetas, contadores, vehículos, uniformes de trabajadores, etc.) que no intervengan en la relación directa con el cliente.

b) Medidas presentadas por IBERCUR.

1. Modificación de su denominación social, **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

Señala la interesada que para dar estricto cumplimiento a la exigencia que consta en la Resolución de 6 de septiembre de 2018, **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** tiene previsto modificar su denominación social actual que, de ser validada por la CNMC, pasará a ser **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

2. Modificación de su imagen de marca.

La interesada IBERCUR indica que, para atender las demandas de la CNMC, propone cambiar su logotipo, proponiendo el siguiente:

[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]

Al respecto de imagen propuesta, IBERCUR señala:

[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]

¹ « 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. »

Finalmente, la interesada considera que se propone un logotipo “*indudablemente innovador y diferenciado, sin que sea susceptible de generar el mínimo atisbo de confusión para cualquier consumidor medio*”.

3. Implementación de la nueva denominación social e imagen de marca en todas las comunicaciones con clientes.

Para dar cumplimiento a las exigencias recogidas en la Resolución de 6 de septiembre de 2018 y considerando las medidas ya adoptadas, reconocidas por la CNMC en su Resolución (página web independiente y con dominio propio e inclusión de su marca e imagen de marca en la web y facturas al consumidor) o comunicadas a lo largo de la tramitación del presente expediente (números de teléfono propios distintos de los teléfonos de la comercializadora, dirección de correo electrónico propia, dominio propio para sus correos electrónicos, app propia...), la interesada IBERCUR propone, una vez la CNMC apruebe las medidas relativas a la nueva presentación e imagen de marca, la inclusión de ambas en todas las comunicaciones con sus clientes, con independencia del canal que se emplee, de manera que, una vez eliminadas las similitudes en la marca e imagen de marca, desaparecerá todo riesgo de confusión en la información remitida al consumidor.

Así, indica que una vez se validen las medidas referidas, implementará, en el plazo de tres meses todas las actuaciones necesarias para dar cumplimiento pleno a la decisión de esa CNMC: actualización del diseño y contenido de la app, la página web, las facturas, etc.

Finalmente, señala que ha registrado los nombres de dominio necesarios para implementar el cambio respecto de su página web **[INICIO CONFIDENCIAL]**
[FIN CONFIDENCIAL]

4. Adopción de medidas adicionales respecto del canal de atención presencial.

IBERCUR propone la adopción de ciertas medidas en los puntos de atención presencial que comparte con la comercializadora del grupo IBERDROLA CLIENTES y, en ocasiones, con terceras empresas, destinadas a evitar cualquier riesgo de confusión con los consumidores, explicitando, entre otras, las siguientes consideraciones:

- IBERCUR cuenta con una red de más de 500 puntos de atención presencial en territorio nacional compartidos con IBERDROLA CLIENTES.
- Al no estar remunerado como parte del PVPC, IBERCUR no podría tener su propia red independiente de puntos de atención, pues la “*actividad de COR sería económicamente inviable.*”
- Las actuales características de los canales presenciales permiten una atención perfectamente diferenciada entre IBERCUR y la comercializadora del grupo, IBERDROLA CLIENTES.
- **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

- En dichos puntos se atiende no solo a clientes de IBERCUR o de la comercializadora del grupo, sino que, en muchos casos, también a clientes de otros sectores y marcas.
- Por ello, es perfectamente compatible la convivencia de distintas marcas en dicho espacio de atención, siempre que se respeten las medidas oportunas para no crear confusión en la información, en la marca o en la imagen de marca (además de las medidas específicas de protección de los consumidores acogidos al PVPC y los consumidores vulnerables).

En relación con las medidas concretas, señala:

[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]

Quinto.- Una vez analizadas las medidas expuestas, la CNMC notificó a IBERCUR un requerimiento de información adicional, a los efectos de completar los datos aportados en su plan de adaptación a la decisión jurídicamente vinculante. La citada sociedad solicitó con fecha 20 de febrero de 2019 ampliación de plazo para contestar al requerimiento anterior, que le fue concedida por acuerdo de fecha 26 de febrero de 2019.

Sexto.- Con fecha 4 de marzo de 2019 tuvo entrada en el Registro telemático de la CNMC la información adicional solicitada a IBERCUR, en los siguientes términos: **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** Indica que estas medidas de separación implican **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** y la comunicación a los clientes, estimando un plazo de unos cinco meses para la implementación completa, por lo que solicita que *“para esta medida concreta se otorgue un plazo de cinco meses a contar desde su aprobación por esa CNMC (en lugar del plazo general de tres meses para implementar el resto de las medidas)”*.

Séptimo.- Con fecha 15 de marzo de 2019, ha tenido entrada en el Registro telemático de la CNMC un escrito de IBERDROLA DISTRIBUCIÓN, por el que comunica las medidas adicionales que pretende implementar para la comunicación de su nueva denominación, marca, imagen de marca y página web y que completan la propuesta presentada con fecha 13 de diciembre de 2018.

Así, IBERDROLA DISTRIBUCIÓN señala en dicho escrito:

- Que 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 verticalmente integrados, a no crear confusión a los consumidores en la información, presentación de marca e imagen de marca”*, entre otras cuestiones, impone a las empresas distribuidoras la obligación de modificar su denominación social e imagen de marca, a introducirlas en todas sus comunicaciones con clientes y a modificar todos los elementos que intervengan en su relación directa con el cliente, *“Sin embargo, la resolución*

de esa CNMC no aborda qué mecanismo es el adecuado para informar a los consumidores finales de los cambios que obliga a introducir.”

- Que, para dar cumplimiento a lo acordado en la referida Resolución, ha previsto el cambio de su denominación social, así como la modificación de su marca, imagen de marca y página web, habiendo presentado estas medidas ante la CNMC, para su valoración, mediante escrito de fecha 13 de diciembre de 2018.
- Que, con objeto de poder dar cumplimiento íntegro a la Resolución de esa CNMC, resulta preciso establecer el sistema de comunicación a los clientes de las modificaciones en la denominación social y en la marca de las empresas distribuidoras por lo que, en relación con dicho extremo y conforme a lo previsto en los artículos 53.1 y 76.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, interesa a IBERDROLA DISTRIBUCIÓN realizar las siguientes ALEGACIONES complementarias:

Única. Iberdrola Distribución considera que deben ser las empresas comercializadoras quienes han de comunicar los cambios a los consumidores.

Indica la distribuidora que los consumidores de electricidad tienen derecho a saber quién es la distribuidora de la red a la que se conectan, así como el número de teléfono de la misma para atender incidencias (artículo 44.1.o de la Ley 24/2013 del Sector Eléctrico), por lo que parece razonable que también se informe de los cambios que se adoptarán ya que afectarán a la propia identidad de la distribuidora.

Desde la perspectiva de los contratos de acceso, manifiesta que parece exigible que IBERDROLA DISTRIBUCIÓN comunique a los consumidores conectados a sus redes el cambio de denominación social, de marca y de uno de los sistemas habituales de comunicación (página web).

Por ello, IBERDROLA DISTRIBUCIÓN entiende que es necesario informar debidamente a los consumidores conectados a sus redes de los referidos cambios.

Continúa señalando que, en el supuesto de consumidores que tienen suscrito el contrato de acceso de terceros a la red directamente con las empresas distribuidoras, IBERDROLA DISTRIBUCIÓN considera que la comunicación de los cambios operados debe realizarse mediante escrito de la empresa distribuidora a los consumidores titulares del contrato de acceso de terceros a la red.

IBERDROLA DISTRIBUCIÓN considera que, por cuestiones de proporcionalidad y en cumplimiento de los principios legalmente establecidos de eficiencia

económica y ejercicio de las actividades al mínimo coste posible², en los casos en los que los consumidores contraten el acceso de terceros a la red a través de las empresas comercializadoras, lo que ocurre en la mayoría de los supuestos, sean éstas las que se encarguen de transmitir al consumidor final los cambios que adoptarán las distribuidoras para cumplir con la Resolución y, todo ello por los siguientes motivos:

1. El artículo 44.1.o) de la Ley del Sector Eléctrico exige que sean las empresas comercializadoras quienes faciliten al consumidor en todo caso la información sobre identidad del distribuidor y teléfono de averías (*“Dicho número deberá figurar claramente identificado en las facturas y en todo caso será facilitado por el comercializador o, en su caso, por el distribuidor al consumidor”*).

En esta línea, la Resolución de 23 de mayo de 2014 de la Dirección General de Política Energética y Minas, por la que se establece el contenido mínimo y el modelo de factura de electricidad, exige que tanto el nombre de la distribuidora como su número de asistencia telefónica figuren en todas las facturas que los comercializadores remitan a los consumidores.

Desde el punto de vista de la protección de los intereses de los consumidores es imprescindible que conozcan la identidad de la empresa distribuidora con la que contactan directamente, especialmente en caso de urgencia (averías), teniendo perfecto conocimiento de su denominación social y siendo capaz de identificarla y conocer cómo puede contactar con ella, lo que resulta especialmente relevante cuando la nueva denominación social, imagen de marca y dirección de internet son sustancialmente diferentes a las actuales.

2. Expone que los distribuidores no se comunican habitualmente por carta con los consumidores, remitiendo solo comunicaciones puntuales de carácter técnico (aviso de incidencias programadas, cambio de contadores, etc, ...) y que la ley exige que sean las comercializadoras las que facturen periódicamente a los consumidores el suministro y los peajes de acceso a la red de distribución. Como consecuencia de ello, indica que los distribuidores no disponen de información actualizada y completa sobre los datos de contacto de todos los usuarios, por lo que la eficacia de la comunicación podría ser muy reducida.
3. Señala que en el caso de que IBERDROLA DISTRIBUCIÓN hiciera una comunicación específica a los consumidores debería incurrir en un *“coste extraordinario de impresión, ensobrado y envío de las comunicaciones (coste que esa CNMC ha incluido en alguna de sus estimaciones)”*³, sin embargo,

² Exposición de motivos y artículos 1 y 4 de la LSE.

³ Refiere IBERDROLA DISTRIBUCIÓN el « Informe sobre la Propuesta de Real Decreto por el que se establece la metodología para el cálculo del margen comercial de las comercializadoras de referencia a introducir en el precio voluntario para el pequeño consumidor » de 14 de julio de 2016, en el que se indica un coste de 0,73€/cliente en relación a el coste de impresión,

indica que al incluirse la información en la factura, la empresa comercializadora no incurrirá en gastos adicionales.

En atención a las circunstancias que expone, IBERDROLA DISTRIBUCIÓN considera que los principios de eficiencia económica y ejercicio de las actividades en el sector eléctrico al mínimo coste posible exigen adoptar la solución más proporcionada para notificar a los consumidores las modificaciones en la denominación social y marca de las empresas distribuidoras que, en el caso de consumidores que tengan contratado el acceso de terceros a la red a través de las empresas comercializadoras, *“es la inclusión de esta información en las facturas de suministro que las empresas comercializadoras remitan a sus clientes, por ejemplo en una factura anterior a la fecha de efectividad del cambio y en las dos siguientes.”*

Así, se señala que, salvo que la CNMC aprecie alguna objeción, IBERDROLA DISTRIBUCIÓN solicitaría a las empresas comercializadoras que remitan a los clientes conectados a su red, la siguiente información:

[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]

En tal sentido, IBERDROLA DISTRIBUCIÓN propone que *“por parte de la CNMC se adopten, con eficacia general, las medidas adecuadas para que las empresas comercializadoras incluyan la información sobre los cambios de denominación social, marca e imagen de marca y nuevos dominios de internet en las facturas de suministro que las empresas comercializadoras remitan a sus clientes, en una factura anterior a la fecha de efectividad del cambio y en las dos siguientes.”*

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*

ensobrado, envío de factura y gestión de cobro, sin considerar otros costes adicionales tales como la modificación de los sistemas.

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, IBERCUR e IBERDROLA DISTRIBUCIÓN 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.”*

Siendo la actual presentación de marca/denominación social de la comercializadora libre del grupo, IBERDROLA CLIENTES, 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 la propuesta de nueva presentación de marca/denominación social para la distribuidora IBERDROLA DISTRIBUCIÓN.

La propuesta de presentación de marca para la distribuidora IBERDROLA DISTRIBUCIÓN es **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

De la comparación de esta propuesta con la presentación de marca de la sociedad del grupo que desarrolla actividades de comercialización, IBERDROLA CLIENTES, S.A., se deduce que se trata de dos denominaciones sociales claramente diferenciadas, sin elementos comunes, por lo que la propuesta no induciría a confusión al consumidor final respecto a la identidad propia de la sociedad de su grupo que desarrolla la actividad de comercialización.

- b) Respecto de la propuesta de nueva presentación de marca/denominación social para la comercializadora de referencia/último recurso IBERCUR.

La denominación social propuesta para la comercializadora de referencia y/o último recurso que forma parte del grupo, **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** y eliminaría el riesgo de confusión para el consumidor final respecto de la identidad propia de la sociedad del grupo que realiza actividades de comercialización, IBERDROLA CLIENTES, S.A.U., **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**, 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”, resultando así dos denominaciones sociales claramente diferenciadas **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

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 existente 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 la distribuidora.

En el siguiente cuadro se muestra la imagen de marca propuesta por la interesada IBERDROLA DISTRIBUCIÓN junto con la imagen de marca de la sociedad del grupo que desarrolla la actividad de comercialización:

INTERESADA IBERDROLA DISTRIBUCIÓN	COMERCIALIZADORA DEL GRUPO
<p>[INICIO CONFIDENCIAL]</p> <p>[FIN CONFIDENCIAL]</p>	

De la propuesta realizada por la sociedad se destaca [INICIO CONFIDENCIAL]
[FIN CONFIDENCIAL]

De la comparación de ambas imágenes de marca:

[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]

En cuanto a la inclusión de referencia al grupo de sociedades, la Resolución de 6 de septiembre de 2018 admite la indicación de la pertenencia al grupo de sociedades en la imagen de marca bajo el cumplimiento de ciertos requisitos de presentación⁴. [INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]

⁴ Resolución de 6 de septiembre de 2018 interpreta claramente cómo puede incorporarse en la imagen de marca la pertenencia al grupo de sociedades:

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]** Sin embargo, sin descomponer individualmente los elementos que constituyen la imagen de marca, de la comparación global de las imágenes, las mismas resultarían identificadas como marcas distintas y específicas para cada una de las sociedades, sin implicar riesgo de confusión, en consecuencia, en cuanto la composición de la imagen de marca propuesta se configura utilizando unos elementos dominantes sin coincidencia alguna respecto de los elementos de la marca de la comercializadora **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

b) Respecto de la propuesta de nueva imagen de marca para la comercializadora de referencia/último recurso IBERCUR.

La imagen de marca propuesta por la interesada se muestra en el siguiente cuadro junto con la imagen de marca común para la sociedad del grupo que desarrolla la actividad de comercialización:

“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.”

INTERESADA IBERCUR	COMERCIALIZADORA DEL GRUPO
<p>[INICIO CONFIDENCIAL]</p> <p>[FIN CONFIDENCIAL]</p>	

De la propuesta realizada por IBERCUR se destaca [INICIO CONFIDENCIAL]
[FIN CONFIDENCIAL]

De la comparación de las anteriores imágenes de marca:

[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]

Respecto de la indicación de la pertenencia al grupo de sociedades en la imagen de marca, la Resolución de 6 de septiembre de 2018 admite esta referencia bajo el cumplimiento de ciertos requisitos de presentación citados previamente.
[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]

Atendiendo al criterio señalado en la Resolución de 6 de septiembre de 2018 y a las consideraciones realizadas, de la comparación global de la imagen de marca propuesta por la interesada IBERCUR, respecto de la imagen de marca de la comercializadora del grupo, no se deduciría riesgo de confusión para el consumidor final, apreciándose como imágenes de marca diferentes.

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.”

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 remitidas a la CNMC, incluyendo la información adicional requerida, se observa:

a) Respecto de las medidas presentadas por IBERDROLA DISTRIBUCIÓN.

Para dar cumplimiento a las exigencias recogidas en la Resolución de 6 de septiembre de 2018 y considerando las medidas que ya ha procedido a adoptar, la interesada IBERDROLA DISTRIBUCIÓN propone la inclusión de la nueva presentación e imagen de marca en todas las comunicaciones con sus clientes, con independencia del canal que se emplee, actualizando el diseño y contenido de la app, la página web con nuevo dominio, las comunicaciones por escrito con clientes, etc.

Por otra parte, en relación con la identificación de marca en ubicaciones, señala que modificará los elementos que sí vayan a tener una incidencia directa a la relación con el cliente siguiendo el criterio señalado por la CNMC e incluirá

gradualmente la nueva denominación social y/o el nuevo logo en todos los elementos e instalaciones de su red de distribución.

La CNMC considera que estas propuestas se ajustarían a las exigencias previstas en la Resolución de 6 de septiembre de 2018.

b) Respecto de las medidas presentadas por IBERCUR.

- Para dar cumplimiento a las exigencias recogidas en la Resolución de 6 de septiembre de 2018 y considerando las medidas ya adoptadas, la interesada IBERCUR propone la inclusión de la nueva presentación e imagen de marca en todas las comunicaciones con sus clientes, con independencia del canal que se emplee, actualizando el diseño y contenido de la app, la página web con nuevo dominio, las facturas, etc.

[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]

Adicionalmente, indica que estas medidas de separación implican **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** y la comunicación a los clientes, estimando un plazo de unos cinco meses para la implementación completa. Por ello, IBERCUR solicita que *“para esta medida concreta se otorgue un plazo de cinco meses a contar desde su aprobación por esa CNMC (en lugar del plazo general de tres meses para implementar el resto de las medidas)”*.

Adicionalmente a lo expuesto, la CNMC considera que **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** adoptando las medidas al efecto si corresponde y no se hubieran previsto.

La CNMC considera que las medidas propuestas se ajustarían, en los términos expuestos, a las exigencias previstas en la Resolución de 6 de septiembre de 2018 y razonable y proporcionado el plazo solicitado por la interesada IBERCUR para la materialización de las medidas destinadas a la **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** y la comunicación a los clientes atendiendo a que esta previsión de plazo resulta consistente con información disponible por la CNMC facilitada por otros operadores y a las circunstancias expuestas.

- Respecto de las medidas que afectan al canal de atención presencial, IBERCUR propone **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

La CNMC valora positivamente **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**

Atendiendo a lo señalado, la CNMC considera que las medidas expuestas se ajustarían a las exigencias establecidas en la Resolución de 6 de septiembre de 2018.

Cuarto.- Sobre las medidas propuestas por IBERDROLA DISTRIBUCIÓN relativas a la comunicación a sus clientes de su nueva denominación social, marca imagen de marca y página web.

IBERDROLA DISTRIBUCIÓN manifiesta que la Resolución de 6 de septiembre de 2018, entre otras, impone a las empresas distribuidoras la obligación de modificar su denominación social e imagen de marca, a introducirlas en todas sus comunicaciones con clientes y a modificar todos los elementos que intervengan en su relación directa con el cliente pero “no aborda qué mecanismo es el adecuado para informar a los consumidores finales de los cambios que obliga a introducir”, por lo tanto, con objeto de poder dar cumplimiento íntegro a la dicha Resolución, señala que resulta preciso establecer el sistema de comunicación a los clientes de las modificaciones a acometer.

Así, en el supuesto de consumidores que tienen suscrito el contrato de acceso de terceros a la red directamente con las empresas distribuidoras, IBERDROLA DISTRIBUCIÓN señala que la comunicación de los cambios operados debe realizarse mediante escrito de la distribuidora a los consumidores titulares del contrato de acceso de terceros a la red. Sin embargo, en el caso de consumidores que han contratado el acceso de terceros a la red a través de las empresas comercializadoras, considera que son estas las que han de transmitir al consumidor final los cambios que adoptarán las distribuidoras.

IBERDROLA DISTRIBUCIÓN indica la necesidad de proceder a tal comunicación atendiendo a la protección de los intereses de los consumidores que hace imprescindible que aquellos conozcan la identidad de la empresa distribuidora con la que contactan, especialmente en caso de avería. Por otro lado hace alusión a las normas sectoriales que exigen que la comercializadora facilite en su factura al consumidor información sobre la identidad del distribuidor y teléfono de averías (artículo 44.1.o) de la Ley del Sector Eléctrico y la Resolución de 23 de mayo de 2014 de la Dirección General de Política Energética y Minas, por la que se establece el contenido mínimo y el modelo de factura de electricidad) y señala inconvenientes en caso de realizar directamente tal comunicación, concretamente, la no disposición de información actualizada sobre los datos de contacto de todos los usuarios -lo que limitaría la eficacia de la comunicación- y la necesidad de incurrir en un gasto adicional que no se generaría en caso de que la comunicación fuera realizada por la comercializadora.

Atendiendo a tales circunstancias, IBERDROLA DISTRIBUCIÓN considera que los principios de eficiencia económica y ejercicio de las actividades en el sector eléctrico al mínimo coste posible exigen adoptar la solución más proporcionada para notificar a los consumidores las modificaciones en la denominación social y marca de las empresas distribuidoras que, en el caso de consumidores que tengan contratado el acceso de terceros a la red a través de las empresas comercializadoras, *“es la inclusión de esta información en las facturas de*

suministro que las empresas comercializadoras remitan a sus clientes, por ejemplo en una factura anterior a la fecha de efectividad del cambio y en las dos siguientes.”

En consecuencia, IBERDROLA DISTRIBUCIÓN propone solicitar a las empresas comercializadoras que remitan a los clientes conectados a su red, la siguiente información:

[INICIO CONFIDENCIAL]

[FIN CONFIDENCIAL]

Finalmente, propone que *“por parte de la CNMC se adopten, con eficacia general, las medidas adecuadas para que las empresas comercializadoras incluyan la información sobre los cambios de denominación social, marca e imagen de marca y nuevos dominios de internet en las facturas de suministro que las empresas comercializadoras remitan a sus clientes, en una factura anterior a la fecha de efectividad del cambio y en las dos siguientes.”*

Tal y como señala la Resolución de 6 de septiembre de 2018, el objeto de la misma es dotar de eficiencia la obligación normativa de que los distribuidores y comercializadores de referencia no creen confusión en su información y en la presentación de marca e imagen de marca respecto de la identidad propia de las filiales de su mismo grupo que realicen actividades de comercialización.

Asimismo, también indica que esta decisión jurídicamente vinculante pretende un cumplimiento efectivo de las obligaciones legales vigentes mediante el establecimiento de criterios sobre confusión en los tres elementos referidos en la norma, en la presentación de marca, imagen de marca e información al consumidor y señala aquellos aspectos que actualmente estarían introduciendo confusión para cada agente, explicitando que *“la forma de instrumentar dicho cumplimiento efectivo es una decisión empresarial que decidirán las empresas afectadas y sus grupos.”*

Atendiendo a lo expuesto, procede señalarse las siguientes consideraciones por parte de la CNMC:

- la decisión de informar a los consumidores de los cambios que acometerá (denominación social, imagen de marca y dirección de página web), así como el mecanismo que la interesada IBERDROLA DISTRIBUCIÓN establezca para ello, no forman parte del objeto de la decisión jurídicamente vinculante anteriormente señalado y que se concreta en dotar de eficiencia la obligación de no crear confusión en su información respecto de la identidad propia de la comercializadora del grupo mediante el establecimiento de criterios sobre confusión y, en consecuencia, no procede acuerdo concreto al respecto en la Resolución;

- al margen de cualquier trámite de comunicación que el distribuidor pudiera llevar a cabo y aun en el caso de que no adoptara decisión alguna al respecto, una vez los cambios se materialicen, las comercializadoras procederán a actualizar la información que sobre los datos del distribuidor se incluyen en las facturas, en el estricto cumplimiento de la normativa y en los términos legalmente exigidos, resultando, en consecuencia, dos procedimientos, en puridad, independientes;
- el artículo 44.1.d) de la Ley del Sector Eléctrico recoge el derecho del consumidor a *“formalizar un contrato de acceso con la empresa distribuidora o un contrato de suministro con la empresa suministradora de electricidad, según corresponda, en el que se especifique”*, entre otros aspectos, *“la identidad y la dirección de la empresa”* y disponer de un servicio de asistencia telefónica gratuito facilitado por el distribuidor al que estén conectados sus instalaciones, en funcionamiento las veinticuatro horas del día, al que puedan dirigirse ante posibles incidencias de seguridad en las instalaciones, que *“deberá figurar claramente identificado en las facturas y en todo caso será facilitado por el comercializador o, en su caso, por el distribuidor al consumidor”*, tal y como indica el apartado o) del mismo artículo.

A partir de lo expuesto y teniendo en consideración que dentro de las obligaciones del comercializador no se encuentra la de proporcionar información sobre los cambios de denominación social, marca e imagen de marca y nuevos dominios de internet del distribuidor en los términos solicitados por la interesada IBERDROLA DISTRIBUCIÓN, se considera que no procede adoptar las medidas solicitadas por ésta.

Quinto- 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 IBERDROLA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. e IBERDROLA COMERCIALIZACIÓN DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U. no crearían confusión respecto a la identidad propia de la filial de su mismo grupo que realice actividades de comercialización, IBERDROLA CLIENTES, S.A.

Segunda. Declarar que las propuestas de modificación de imagen de marca realizadas por las interesadas IBERDROLA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. e IBERDROLA COMERCIALIZACIÓN DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U. no crearían confusión respecto a la identidad propia de la filial de su mismo grupo que realice actividades de comercialización, IBERDROLA CLIENTES, S.A.

Tercera. Declarar que las propuestas de actuación realizadas por las interesadas IBERDROLA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. e IBERDROLA COMERCIALIZACIÓN DE ÚLTIMO RECURSO, 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 respecto a la identidad de la filial de su mismo grupo que realice la actividad de comercialización, se ajustarían a las exigencias previstas en la Resolución de la CNMC de 6 de septiembre de 2018 en los términos descritos en el apartado tercero, letra b) de los Fundamentos de Derecho Jurídico- Materiales y requerir a IBERDROLA COMERCIALIZACIÓN DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U. que se acometan las actuaciones señaladas, en relación con **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]**, en el caso de que no se hubieran previsto.

Cuarta. Conceder un plazo de cinco meses desde la notificación de la presente Resolución para que se proceda a la implementación completa de las medidas propuestas en relación al **[INICIO CONFIDENCIAL] [FIN CONFIDENCIAL]** IBERDROLA COMERCIALIZACIÓN DE ÚLTIMO RECURSO, S.A.U. y la comercializadora del grupo, IBERDROLA CLIENTES, S.A., y su comunicación a los clientes, en los términos descritos en el apartado tercero, letra b), de los Fundamentos de Derecho Jurídico- Materiales.

Quinta. No adoptar las medidas solicitadas por la interesada IBERDROLA DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA, S.A.U. en relación con el mecanismo propuesto para proceder a la comunicación a los consumidores que han contratado el acceso a la red de distribución a través del comercializador de los cambios que acometerá dicha empresa en materia de denominación social, marca e imagen

de marca y nuevos dominios de internet para ajustarse a lo previsto en la Resolución de 6 de septiembre de 2018.

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.