

RESOLUCIÓN
Expte. S/0417/12, MANTRA

CONSEJO:

D. Joaquín García Bernaldo de Quirós, Presidente
D^a. Pilar Sánchez Núñez, Vicepresidenta
D. Julio Costas Comesaña, Consejero
D^a. M^a. Jesús González López, Consejera
D^a. Inmaculada Gutiérrez Carrizo, Consejera
D. Luis Díez Martín, Consejero

En Madrid, a 17 de julio de 2013.

El Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia, (el Consejo), con la composición expresada y siendo Consejero ponente D. Luis Díez Martín, ha dictado la siguiente Resolución en el expediente S/0417/12, MANTRA, incoado por la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia (DI) tras la denuncia presentada por GRAFENOLIGHT, S.L contra GLOBAL MANUFACTURING AND TRADING COMPANY, S.L. por supuestas conductas prohibidas por la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC).

ANTECEDENTES DE HECHO

1. Con fecha 13 de abril de 2012, tuvo entrada en la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) un escrito de denuncia de D. [XXX], en nombre de GRAFENOLIGHT, S.L. (Grafenolight) contra GLOBAL MANUFACTURING & TRADING COMPANY, S.L. (Global Manufacturing) por supuestas conductas prohibidas por la LDC, consistentes en imponer a sus distribuidores precios de reventa y en prohibirles ofrecer descuentos o regalos promocionales, así como vender sus productos fuera de España. (folios 1-31).
2. Con fecha 10 de mayo de 2012, la DI acordó incoar expediente sancionador contra Global Manufacturing (folios 63 y 64), notificándolo a Grafenolight con fecha 14 de mayo de 2012 (folios 71 a 76) y a Global Manufacturing el 16 de mayo de 2012 (folios 65 a 70).
3. El 19 de junio de 2012 la DI requirió a Global Manufacturing que informase sobre su fecha de fundación; ámbito territorial; productos que comercializa, y en particular, los de la marca "Mantra"; si forma parte de un grupo empresarial

y, en su caso, actividad y ámbito geográfico del mismo; copia del contrato tipo de Global Manufacturing con sus distribuidores "on line" de lámparas "Mantra" y la relación de éstos; fecha en que comenzó a remitir a sus nuevos distribuidores "on line" la carta aportada por Grafenolight y última fecha de remisión de ésta a un distribuidor. Asimismo, se solicitó a Global Manufacturing que informase acerca del "precio tarifa", explicando quién y cómo lo establece; desde cuándo indican a sus distribuidores "on line" las condiciones y precios mínimos de venta de sus productos, cuáles son esas condiciones y cómo las justifican; si envían una carta similar a la dirigida a los distribuidores "on line" a los distribuidores de "Mantra" en tiendas físicas y copia de ésta, en su caso. (folios 77-78)

También la DI le solicitó información sobre su política de ventas de productos fuera de España; si aplica las limitaciones a todos sus distribuidores o sólo a los "on line"; tipo de productos o marcas a los que las aplica, desde cuándo, y motivos de la limitación (folios 79 a 85).

Con fecha 4 de julio de 2012, tuvo entrada en la CNC la respuesta al mencionado requerimiento de información (folios 121-149).

4. El 19 de junio de 2012, la DI requirió información a Grafenolight sobre su ámbito territorial de actividad; productos que comercializa; comienzo de su relación comercial con Global Manufacturing y copia del contrato de distribución, de los correos que le remitió en relación con la recomendación o imposición de precios o condiciones denunciados, y de los listados de precios de productos de Global Manufacturing de los que pueda inferirse su carácter de precios mínimos recomendados o impuestos a sus distribuidores. También se le solicitó información sobre otros casos de ruptura de la relación comercial de Global Manufacturing con distribuidores "on line" por incumplir los precios mínimos (fol. 87 a 91).

Con fecha 27 de junio de 2012, se recibió en la CNC la contestación a dicho requerimiento de información (folios 92 a 114).

5. Con fecha 17 de octubre de 2012, la DI requirió a Grafenolight nuevamente para que informase acerca de las siguientes cuestiones: su relación con Tech Luz Iluminación S.A.; la carta de Global Manufacturing a nuevos clientes "on fine" relativa a precios mínimos y a la prohibición de vender fuera de España; comienzo de su relación comercial con Global Manufacturing; facturación de Grafenolight por ventas de productos "Mantra", y su sistema de ventas "on fine" para el extranjero (fol. 153 a 159).

Grafenolight dio respuesta a dicho requerimiento de la DI mediante sendos escritos que entraron en la CNC los días 22 y 29 de octubre de 2012 (folios 171 y 172 y 182-184, respectivamente).

6. Con fecha 19 de octubre de 2012, la DI notificó un requerimiento de información a Global Manufacturing sobre su relación con la marca "Mantra" y productos que comprende; si comercializa otras marcas; si sus clientes son puntos de venta o distribuidores; si éstos son exclusivos o selectivos y si tiene

contrato de distribución con ellos o con las tiendas físicas; número de distribuidores a los que envió su carta sobre precio de venta; relación de distribuidores "on line", y precios tarifa actuales de los productos "Mantra" para España, países de la Unión Europea y países no comunitarios. Asimismo, se solicitó a Global Manufacturing información relativa a la fijación de los precios tarifa para terceros países; si establece en éstos diferencias de precio de venta entre tiendas físicas y tiendas "on line"; si ha dirigido a unas o a otras alguna carta o comunicado sobre precios y si remite precios tarifa a los clientes junto con las hojas de pedido o el catálogo de productos; facturación por ventas en 2010 y 2011; cuotas de Global Manufacturing en los mercados español y europeo, y competidores en cada uno de ellos (folios 163 a 170). El 26 de octubre de 2012 tuvo entrada en la CNC la respuesta a este requerimiento (folios conf. 196 a 199 y 205 a 281 y fol. 200 a 204).

7. Con fecha 12 de diciembre de 2012, la DI emitió el Pliego de Concreción de Hechos (PCH) (folios 285-297) que se notificó a Global Manufacturing con fecha 14 de diciembre de 2012 (folios 298 a 314) y a Grafenolight con fecha 17 de diciembre de 2012 (fol. 315 a 331).
8. Con fecha 15 de enero de 2013, transcurrido el plazo previsto en los artículos 50.3 de la LDC y 33.3 del Reglamento de Defensa de la Competencia aprobado por Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, (RDC), sin que las interesadas presentaran alegaciones al PCH, la DI acordó el cierre de la fase de instrucción del expediente notificando dicho acuerdo a los interesados el 16 de enero de 2013 (folios 332 a 340).
9. Con fecha 21 de enero de 2013, la DI adoptó la Propuesta de Resolución (PR), notificándola a las partes, y, transcurrido el plazo previsto en los artículos 50.4 de la LDC y 34.1 del RDC, sin que éstas presentasen alegaciones a la misma, con fecha 12 de febrero de 2013, de conformidad con los artículos 50.5 LDC y 34.2 RDC, elevó al Consejo de la CNC su Informe y Propuesta de Resolución en el que concluye:
"A la vista de lo actuado se PROPONE, en virtud de lo dispuesto en el artículo 3 del RDC, que el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia declare, atendiendo al contexto económico en que se desarrolla la conducta, que no es apta para afectar de manera significativa a la competencia, por lo que no le resulta de aplicación el artículo 1 de la LDC."
10. El Consejo de la CNC deliberó y falló esta Resolución en su sesión del día 3 de julio de 2013.
11. Son interesados en este expediente:
 - Global Manufacturing
 - Grafenolight

HECHOS PROBADOS

1.- Las partes

En el Informe y Propuesta de Resolución elevado por la DI, se hace la siguiente descripción de las partes interesadas:

Global Manufacturing and Trading Company, S.L. es una empresa constituida por dos socios el 13 de septiembre de 2000, con un administrador único. Su sede está en Náquera (Valencia), y comercializa artículos de iluminación para uso doméstico de la marca "Mantra" (folios 121 y 202).

Grafenolight, S.L. es una empresa con sede en Granada que tiene como actividad la venta de material de iluminación, decorativo y técnico, y de productos de eficiencia energética, a través de internet, principalmente en Europa, aunque también fuera de Europa (folio 92). Su relación comercial con la denunciada, que comenzó en mayo de 2011, se llevaba a cabo a través de Tech-Luz Iluminación S.A, con cuyos titulares tiene una relación comercial y en cuyo local tiene subarrendado un espacio. Grafenolight usa la marca comercial de Tech-Luz Iluminación S.A. (folio 171). De acuerdo con su página web, "Grafenolight.com es la empresa para Internet de Tech-Luz Iluminación S.A.":

2.- Los Hechos Acreditados

2.1.- La DI hace el siguiente resumen del sistema de distribución y ventas de Global Manufacturing a partir de las respuestas a los requerimientos de información:

Distribuye con carácter exclusivo en Europa, América, Oriente Medio y Sudeste Asiático los productos de iluminación de uso doméstico "Mantra", marca de la que es propietaria (folios. conf. 205 a 241). Estos productos se fabrican en China siguiendo las instrucciones y diseños de Global Manufacturing (folios. 201 y 202).

Afirma que la inmensa mayoría de sus clientes son establecimientos de venta directa al público, disponiendo de distribuidores que no son exclusivos sino selectivos. No suscribe contratos ni tiene un modelo de contrato con los titulares de tiendas físicas (fol. 202), ni con los vendedores "on line" (folio. 121), limitándose el vendedor a realizar pedidos tras la visita de un agente comercial o de fábrica (folio. 92).

El mayor porcentaje de sus ventas las realiza en el extranjero, con tendencia a incrementarse.

Porcentajes de facturación por ventas de Global Manufacturing en sus diferentes ámbitos territoriales de actividad durante los años 2010 y 2011

AÑO	ÁMBITO TERRITORIAL	%	AÑO	ÁMBITO TERRITORIAL	%
2010	Nacional	[40-50]	2011	Nacional	[30-40]
	Comunitario	[25-35]		Comunitario	[28-37]
	Otros	[20-30]		Otros	[28-37]

Fuente: Datos de facturación aportados por Global Manufacturing (fol. Conf. 198).

Afirma que sólo suministra productos Mantra para su venta específica "on line" a un único cliente situado en España; el resto de los 11 distribuidores que venden por esta vía son tiendas de venta al público situadas en España que tienen página web, y a las que Global Manufacturing suministra para la venta en tienda física. Según la denunciada, puede haber más tiendas físicas que dispongan de página web y puedan vender también "on line", pero desconoce cuántas y quiénes son (folio 202 y folio conf. 242).

2.2.- La DI hace la siguiente descripción cronológica de las prácticas analizadas en este expediente:

El 13 de marzo de 2012 Global Manufacturing comunicó en un correo electrónico a Grafenolight haber recibido quejas de otros distribuidores "on line" y le instó a cambiar en una semana *"dos aspectos de su web para cumplir las condiciones para venta de producto Mantra online"*, siendo los puntos a modificar (folios 30 y 182):

- *"venta fuera de España. Como indica nuestro comunicado de condiciones, no permitimos la venta de nuestro producto fuera de España. Los motivos son conflictos con nuestros clientes vecinos, precios más económicos, etc.*
- *precio mínimo. Como saben fijamos un precio mínimo y ustedes realizan un descuento extra. Con este descuento extra no se puede rebajar el precio mínimo fijado."*

El citado correo adjuntaba una *"carta para nuevos clientes con tienda web"* del siguiente tenor (folio 31):

"Nos dirigimos a usted por ser cliente de nuestra marca MANTRA debido a su condición de nuevo distribuidor de nuestros productos a través de un portal web de su propiedad.

El motivo de este comunicado es fijar unas condiciones en cuanto a los precios para nuestros productos con el fin de evitar guerras de precios entre las tiendas Online ya que somos conscientes de que son una buena herramienta para potenciar las ventas y mediante la cual se ahorran muchos costes.

Probablemente debido a este ahorro hemos detectado que algunas tiendas Web ofrecen nuestros productos con unos precios excesivamente bajos y esto está provocando el enfado de otros distribuidores en tiendas físicas así como en otras tiendas Web.

Por este motivo desde hace algún tiempo, indicamos a los clientes que ofrecen nuestros productos a través de internet unas condiciones y precios mínimos en los que deben ofrecer nuestros productos, con el fin de evitar futuros problemas y que haya una relación cordial entre todas las partes

El precio mínimo al que podrán ofrecer sus productos es el siguiente:

[PRECIO TARIFA] x2 + [18% IVA]=VENTA

SOBRE ESTE PRECIO DE VENTA PODRÁN REALIZAR UN MÁXIMO DEL 25% DTO.

*** (NO REDONDEAR PRECIOS)*

La otra condición que le rogamos cumplan es la de NO VENDER PRODUCTOS ONLINE FUERA DE ESPAÑA, ya que esto puede producir un conflicto con nuestros distribuidores vecinos".

Grafenolight respondió, en la misma fecha, que había revisado los precios en su web y cumplía las condiciones de venta, por lo que solicitaba que le indicasen dónde estaba el fallo para buscarle solución; señalaba que la venta en el extranjero era muy baja por no decir nula; que no sabía cómo hacer para que no se vieran los productos si alguien entraba desde el extranjero en su página web, solicitando a Global Manufacturing que le indicase cómo hacerlo e indicando, finalmente, que había *"páginas más baratas que nosotros en sus productos"* (folio 27).

Global Manufacturing, en correo electrónico de 14 de marzo de 2012, le reiteró que modificase sus condiciones de venta (folio 26):

"Le indico los puntos que necesitamos modifique:

como ve en la imagen a la hora de comprar e indicar el país, da la opción de enviar fuera de España.

Como le indicábamos, existe un precio mínimo marcado por la regla que le facilitamos, por lo tanto no está permitido realizar un 5% de descuento por transferencia ya que estaría vendiendo por debajo del precio mínimo.

tampoco creemos que sea correcto que venda al mismo precio las lámparas con o sin bombillas ya que se sitúa en mejor situación que otras tiendas, ya que no todas nuestras lámparas vienen con bombillas.

Sentimos estos puntos, pero únicamente regulando estos aspectos podemos controlar y evitar una guerra de precios entre portales web, así como problemas con nuestros clientes de otros países."

En un nuevo correo de la misma fecha, y ante las objeciones de Grafenolight, Global Manufacturing le indicó que (folio 21):

"Nuestra reclamación viene referida a los precios de los artículos, y a no usar estrategias como descuentos extras ni regalo de bombillas etc. para ser más competitivos que otras tiendas. Debe haber iguales condiciones para todos porque como le decía, de otro modo se generaría una guerra de precios como ya sucedió al comenzar a aparecer las tiendas online.

Somos totalmente tajantes en este aspecto, y no podemos permitir que no se cumplan estas condiciones, si no fuese así, las demás tiendas empezarían a utilizar diferentes estrategias."

En correo electrónico de la misma fecha, Global Manufacturing indicaba a Grafenolight (folio 13) que:

"Somos conscientes que sea complicado de entender y adaptarse a estas reglas pero espero que con mi explicación las entienda.

En estos momentos Mantra obtiene un 80% de su facturación en la venta al extranjero. Por este motivo tenemos que asegurarnos de proteger también a nuestros distribuidores y clientes fuera de España. Ustedes como clientes de España disfrutan de unos precios bastante inferiores al resto de Europa y por este motivo tenemos que cuidarnos de evitar conflictos que ya se habían empezado a dar con clientes por ejemplo de Francia.

Si en un futuro tuviera la posibilidad de adaptar las condiciones según fabricante, no tenemos problema en que venda nuestro producto solo en España, pero por el momento las condiciones han de ser las que conocen."

El 15 de marzo de 2012, Grafenolight recibió un correo electrónico de Global Manufacturing (folio 183), con el asunto "condiciones para clientes con venta online", en el que, adjuntando de nuevo la "carta para nuevos clientes con tienda web", señalaba que:

"Este es un mensaje masivo dirigido a todos los clientes que tenemos registrados como propietarios de webs con venta online en España.

Somos conscientes de que la gran mayoría conocen y cumplen estas condiciones, pero debido a algunos flecos que no habían quedado totalmente claros, les enviamos de nuevo las condiciones para conseguir que se cumplan los puntos en la totalidad de las tiendas online."

En un correo electrónico de 20 de marzo de 2012 (folio 12), de respuesta a otro de Grafenolight de 19 de marzo (folio 13) en el que éste afirmaba que a algunas webs se les permitía vender productos "Mantra" al extranjero, Global Manufacturing señalaba:

"Agradeceríamos nos indicara las webs en las que se ofrece la posibilidad de enviar piezas de mantra fuera de España.

Entre todos tenemos que lograr que se cumplan las normas marcadas.

Entendemos que trate todos los artículos de todas las marcas por igual, pero si quiere trabajar con nuestra marca tenemos que controlar los envíos fuera de España porque la repercusión puede ser muy negativa.

Si no le importa, indíquenos esas webs."

Finalmente, mediante correo electrónico de 4 de abril de 2012, Global Manufacturing comunicó a Grafenolight la terminación de su relación comercial (folio 10):

"Me dirijo a ustedes en relación a los diversos aspectos que le solicitamos modificara en su portal para adaptarse a nuestras condiciones:

- tema descuento extra por pago transferencia*
- tema regalo de bombillas*

- tema venta fuera de España

viendo su imposibilidad de no adaptarse a nuestras condiciones ya que trata todos los fabricante por igual, nos vemos obligados a pedirle que retire nuestras referencias de su portal de venta online, ya que hace más de un mes que le pedimos solucionara los problemas y no han sido resueltos."

2.3.- La DI hace el siguiente resumen de la información complementaria facilitada por Grafenolight y Global Manufacturing:

Según Grafenolight la relación comercial con Global Manufacturing terminó el 14 de abril de 2012 (folio 182). De diversos correos electrónicos cruzados los días 12 y 17 de abril de 2012 entre Tech-Luz Iluminación S.A. y Global Manufacturing, que aporta el denunciante, se desprende que la denunciada condicionó el envío de un pedido a Tech-Luz Iluminación S.A. a que Grafenolight eliminase los artículos "*Mantra*" de su página web (folios 91 y 92).

De los datos aportados por Grafenolight resulta que su facturación por ventas "on line" de productos "*Mantra*" mientras mantuvo su relación con Global Manufacturing (entre marzo de 2011 y abril de 2012) fue de [...]€ de los que [...]€ correspondieron a ventas en España y [...]€ a ventas en el extranjero (folio 171).

Grafenolight señala que el sistema de ventas para clientes en el extranjero es el mismo que para clientes nacionales: el cliente entra en el portal, elige los productos, los añade a la lista de la compra, elige la forma de pago deseada y lo confirma. La empresa realiza campañas de publicidad a través de Google Adwords que permite el posicionamiento por marca, estando también posicionados en Buena, Google Shopping y, hasta septiembre de 2012, en Twenga (todos ellos buscadores de productos en internet.) (folios 171 y 172).

Global Manufacturing afirma que remitió la carta "*a un número insignificante*" de distribuidores "on line", aproximadamente a cinco o seis elegidos de forma aleatoria entre los doce que venden por este canal (folio 202); que su envío se debió a que dichos distribuidores provocaron quejas de otros por precios muy bajos; que la remitió por primera vez en octubre de 2010 y por última en mayo de 2012; que la condición de que el precio de venta no fuera inferior a multiplicar la tarifa por 1,5 permite a los distribuidores "*on line*" fijar sus precios con una banda de márgenes muy amplia, dado que lo normal en comercio es multiplicar por 2; y que el motivo de tal condición es evitar la venta casi sin márgenes de beneficio que haga imposible la venta del resto de los comerciantes en España (folio 121).

Asimismo, Global Manufacturing señala que no envió esa carta ni ninguna similar a las tiendas físicas, que no impone la limitación de vender fuera de España a dichas tiendas y que la limitación territorial de la carta sólo se ha impuesto a los distribuidores "on line", debido a que para terceros países las tarifas son distintas, fundamentalmente por ser mucho más elevados los portes (folio 121). En concreto, señala que la tarifa de precios para terceros países es aproximadamente un 25% más alta que la tarifa aplicada a clientes nacionales (folio 202 y folios conf. 243 a 281).

Define "Precio tarifa", como el que figura en la tarifa de precios de la empresa, con vigencia normalmente anual, aprobado por la empresa en función de los costes de los distintos productos del catálogo, y único para todos los establecimientos de la red comercial, que se remiten a los clientes junto con los catálogos de producto (folio 121).

Declara Global Manufacturing que las tarifas, tanto nacionales como para el resto de países, son únicamente para ventas a tiendas físicas, puesto que sólo suministra para venta "on line" a un distribuidor; que a los clientes con tienda física nunca se les indica cómo deben vender sus productos, sin perjuicio de que lo normal es que el precio de venta al público sea el precio tarifa multiplicado por 2, por lo que la fórmula recogida en la carta sólo sugiere al cliente "on line" que los precios finales oscilen entre el 1,5 y el 2 sobre el precio de compra (folio 203).

Global Manufacturing, cuya facturación por ventas durante 2010 y 2011 fue respectivamente de [...] euros y [...] euros, de los que [...] euros y [...] euros, correspondieron a ventas en España (folio. conf. 198), dice desconocer cuál es su cuota de mercado (fol. 204).

A este respecto, existe un número considerable de empresas fabricantes y/o comercializadoras de productos de iluminación de uso doméstico que operan en España, como puede observarse en la relación de productos que venden las tiendas que operan a través de "internet", las cuales, al igual que sucede con la propia Grafenlight, distribuyen marcas diferentes a "Mantra". Prueba del elevado número de empresas fabricantes de productos de iluminación es la relación de las mismas asociadas a la Agrupación de Exportadores de Transformados (ARVET) a la que pertenece Global Manufacturing (folios 283 y 284).

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO.- Objeto de esta Resolución

El objeto de esta Resolución es determinar si la Propuesta realizada por la DI y elevada a este Consejo, es conforme a Derecho.

La DI deduce de los hechos acreditados expuestos, que Global Manufacturing habría incurrido en una infracción del artículo 1.1.a) y c) de la LDC por fijar para sus vendedores "on line" en España unos precios mínimos de reventa al público y otras condiciones, así como por restringir el territorio en el que pueden realizar sus ventas.

Estas conductas, de carácter vertical pues en las relaciones entre Global Manufacturing y sus distribuidores una y otras empresas operan en planos distintos de la cadena de producción o distribución, en principio, no estarían amparadas por las exenciones del Reglamento (UE) n° 330/2010, de 20 de abril, de la Comisión Europea relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del

Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas, conforme a lo previsto en su artículo 4 que establece que:

"La exención prevista en el artículo 2 no se aplicará a los acuerdos verticales que, directa o indirectamente, por sí solos o en combinación con otros factores bajo control de las partes, tengan por objeto:

a) la restricción de la facultad del comprador de determinar el precio de venta, sin perjuicio de que el proveedor pueda imponer precios de venta máximos o recomendar un precio de venta, siempre y cuando éstos no equivalgan a un precio de venta fijo o mínimo como resultado de presiones o incentivos procedentes de cualquiera de las partes

b) la restricción del territorio en el que, o de la clientela a la que, el comprador parte del acuerdo, sin perjuicio de una restricción sobre su lugar de establecimiento, pueda vender los bienes o servicios contractuales, excepto:

i) la restricción de ventas activas en el territorio o al grupo de clientes reservados en exclusiva al proveedor o asignados en exclusiva por el proveedor a otro comprador, cuando tal prohibición no limite las ventas de los clientes del comprador,

ii) la restricción de ventas a usuarios finales por un comprador que opere a nivel del comercio al por mayor,

iii) la restricción de ventas por los miembros de un sistema de distribución selectiva a distribuidores no autorizados en el territorio en el que el proveedor ha decidido aplicar ese sistema, y

iv) la restricción de la facultad del comprador de vender componentes suministrados con el fin de su incorporación a un producto, a clientes que tengan intención de usarlos para fabricar el mismo tipo de productos que el proveedor."

No obstante lo anterior, la DI analiza si las restricciones identificadas tienen la capacidad para reducir la competencia intramarca e intermarca, apreciando que, en este caso, atendiendo a las características de la empresa, del mercado en el que opera y de los vendedores a los que se imponen las referidas limitaciones, hacen poco probables los efectos restrictivos.

La DI valora que el sector de iluminación doméstica, y concretamente en el de fabricación y o comercialización de lámparas, se caracteriza por no existir barreras a la entrada, por la distribución de un producto escasamente diferenciado, y por la presencia de diversas empresas que operan en España que distribuyen sus productos a través de tiendas que operan en internet (como la propia denunciante). Entre estas empresas Global Manufacturing es una más sin que conste que tenga una cuota relevante en el sector de la iluminación doméstica si se tiene en cuenta su facturación. Tampoco tiene distribuidores exclusivos, siendo la gran mayoría de sus clientes pequeños distribuidores

dispersos tanto en España como en terceros países, vendedores al público de productos de iluminación doméstica de diversas marcas.

Igualmente, la DI señala que no todos los vendedores en España de productos "Mantra" estarían potencialmente afectados por la conducta anticompetitiva, sino que se limitaría solo a los que operan a través de "internet", que según la denunciada serían una docena, sin que este dato haya sido desvirtuado por la denunciante al ser preguntada al respecto.

La DI se apoya en la RCNC de 3 de diciembre de 2009, S/0105/08, El Corral de las Flamencas, (FD 3º) y en la RCNC de 7 de diciembre de 2010, S/0257/10, Natura Bisse Internacional (FD 2º), para concluir que aunque la fijación de precios y de otras condiciones comerciales y las restricciones territoriales a las ventas de los distribuidores constituyen una infracción del artículo 1.1.a) y c) de la LDC no parece que, en este expediente, teniendo en cuenta el contexto económico en el que se han llevado a cabo, sean aptas para afectar de manera significativa la competencia. Por ello, de conformidad con el artículo 5 de la LDC y el artículo 3 del RDC, propone al Consejo que no se declare la aplicabilidad del artículo 1.1 LDC a la conducta analizada.

SEGUNDO. Valoración del Consejo

El artículo 1.1 de la LDC prohíbe *“todo acuerdo, recomendación o decisión colectiva o práctica concertada o conscientemente paralela, que tenga por objeto, produzca o pueda producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia en todo o parte del mercado nacional y, en particular los que consistan en: a) La fijación de forma directa o indirecta de precios y otras condiciones comerciales o de servicio. [...] c) El reparto del mercado o de las fuentes de aprovisionamiento”*.

Este Consejo considera que ha quedado suficientemente probado que Global Manufacturing ha llevado a cabo una conducta susceptible de entrar en el ámbito de aplicación del artículo 1.1 LDC, sin que se encuentren amparada por la exención establecida en el Reglamento Comunitario 330/2010.

Tal y como se recoge en los Hechos Acreditados de esta Resolución, Global Manufacturing tiene un modelo de carta que ha dirigido a clientes "on line" en España a los que impone la fijación de un precio mínimo para la reventa y la prohibición de vender fuera de España. Asimismo, Global Manufacturing impone otras condiciones que se infieren de los correos intercambiados con la denunciante, mediante las que prohíbe hacer descuentos extra y ofrecer regalos de promoción. Estas comunicaciones fueron remitidas a la denunciante y, según la denunciada, también a otros vendedores "on line", aunque sólo a un número reducido de ellos. Igualmente ha quedado probado que el incumplimiento por la denunciante de las condiciones impuestas por Global Manufacturing motivó la ruptura de su relación comercial, con la consiguiente negativa de suministro de los productos "Mantra".

Como bien recuerda la DI, este Consejo ha valorado en otros expedientes la aplicación del criterio de conductas de menor importancia a prácticas restrictivas de la competencia aun cuando por su carácter estuvieran excluidas de la aplicación automática de la regla de cuota de mercado. En estos casos el Consejo ha atendido a lo establecido en el artículo 3 del RDC. Así se pronunció en la RCNC de 3 de diciembre de 2009, S/0105/08, EL CORRAL DE LAS FLAMENCAS, en la que se consideró que, en atención al artículo 5 de la Ley 15/2007, y al desarrollo de esta categoría de conductas recogido en Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia (RDC), concretamente a su artículo 3, no procedía declarar la existencia de infracción a la LDC.

De igual suerte se pronunció en la RCNC de 7 de diciembre de 2010, S/0257/10, NATURA BISSE INTERNACIONAL.

El artículo 1 del RDC delimita las conductas de menor importancia atendiendo a la cuota de mercado, incluyendo entre ellas las conductas entre empresas que no sean competidoras, ni reales ni potenciales, cuando la cuota de mercado de cada una no exceda del 15 % en ninguno de los mercados relevantes afectados, como sucede en el caso que nos ocupa. A su vez, en su artículo 2, exceptúa ciertas conductas de la aplicación automática de la regla de la cuota de mercado de la exención de *minimis*, entre otras, las que consistan en el establecimiento de un precio de reventa fijo o mínimo al que haya de ajustarse el comprador (art. 2.2 a) del RDC) y la restricción del territorio en el que el comprador pueda vender los bienes o servicios contractuales, o de los clientes a los que pueda vendérselos, con algunas excepciones (art. 2.2 f) del RDC), lo que es de aplicación a este expediente.

Sin embargo, el artículo 3 del RDC dispone que:

"Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos anteriores y a efectos de lo establecido en los artículos 5 y 53.1.b) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia podrá declarar no aplicables los artículos 1 a 3 de la citada Ley a las conductas que, atendiendo a su contexto jurídico y económico, no sean aptas para afectar de manera significativa a la competencia".

Pues bien, en el presente caso, en el que se ha constatado que por parte de Global Manufacturing se ha impuesto a sus distribuidores unos precios mínimos de venta al público, y otras condiciones comerciales para la venta de sus productos a través de "internet", así como una restricción del ámbito territorial en el que pueden vender los productos, todo ello susceptible de ser calificado como una infracción tipificada en el artículo 1.1.a) y c) de la LDC, debe valorarse, como hace la DI, la naturaleza de la conducta investigada, una relación vertical, y las características del sector de iluminación doméstica, en el que no existen barreras de entrada, hay una multitud de operadores y no consta que el denunciante disponga de una cuota de mercado relevante.

En atención a lo anterior, este Consejo concluye que la conducta en principio reprochable, no es apta para afectar de manera significativa a la competencia.

En consecuencia, en virtud de lo establecido en el artículo 3 del RDC, analizados los hechos denunciados en el contexto jurídico y económico en el que se enmarcan, considera que no es aplicable el artículo 1 de la LDC.

Por todo ello, vistos los preceptos legales y reglamentarios citados y los demás de general aplicación, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia,

HA RESUELTO

ÚNICO.- Declarar que, al amparo del artículo 53.1.b) de la Ley 15/2007 de 3 de Julio, de Defensa de la Competencia y en virtud de lo establecido en el artículo 5 de dicha Ley y el artículo 3.1 del RDC, la prohibición del artículo 1 de la LDC no se aplica a la conducta acreditada en este expediente, consistente en fijar precios mínimos de reventa y otras condiciones, así como restringir el territorio de venta a los vendedores “*on line*” por parte de Global Manufacturing & Trading Company.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Investigación y notifíquese a las partes interesadas haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa, y que pueden interponer recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional en el plazo de dos meses contados desde su notificación.