

ACUERDO DE NO INCOACIÓN Y ARCHIVO DE LAS ACTUACIONES

S/0045/20

DROGUERÍA, PERFUMERÍA Y PARAFARMACIA

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Presidenta

D^a. Cani Fernández Vicién

Consejeros

D^a. María Jesús Martín Martínez

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario del Consejo

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 29 de noviembre de 2023

La Sala de Competencia del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (**CNMC**) con la composición expresada, ha dictado la siguiente resolución en el procedimiento de referencia tramitado por la Dirección de Competencia a raíz de la denuncia presentada por las sociedades ROSA CREMA, S.L., CHINA RED. S.L. y otras sociedades que operan bajo la denominación comercial de “PRIMOR” contra LA PRAIRIE GROUP IBERIA S.A.U. (“LA PRAIRIE”), por presuntas prácticas anticompetitivas consistentes en la imposición de precios de reventa a sus distribuidores, contrarias a lo dispuesto en el artículo 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC).

TABLA DE CONTENIDO

1. ANTECEDENTES DE HECHO	3
2. LAS PARTES	3
2.1. Denunciante: PRIMOR.....	3
2.2. Denunciado: LA PRAIRIE.....	4
3. MERCADO AFECTADO.....	4
4. HECHOS DENUNCIADOS	6
5. FUNDAMENTOS DE DERECHO	8
5.1. Competencia para Resolver	8
5.2. Propuesta del órgano instructor	8
5.3. Valoración de la Sala de Competencia	8
6. ACUERDO	13

1. ANTECEDENTES DE HECHO

- (1) Con fecha 26 de febrero de 2021 tuvo entrada en la Dirección de Competencia un escrito de denuncia, en nombre y representación de las sociedades ROSA CREMA, S.L., CHINA RED. S.L. y otras sociedades que operan bajo la denominación comercial de “PRIMOR” contra LA PRAIRIE GROUP IBERIA S.A.U. (“LA PRAIRIE”), por presuntas prácticas anticompetitivas consistentes en la imposición de precios de reventa a sus distribuidores, contrarias a lo dispuesto en el artículo 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC).
- (2) Con fecha 21 de mayo de 2021 se recibió escrito de manifestación con información complementaria aportada por el denunciante.
- (3) La DC practicó requerimientos de información, con fecha 24 de septiembre de 2021 a la denunciada, con fechas 19 de noviembre de 2021 (reiterándose en 6 de febrero de 2023) y 8 de febrero de 2023 a la totalidad¹ de los clientes (distribuidores autorizados²) de la denunciada y con fecha 15 de marzo de 2023 a la denunciante.
- (4) Con fecha 28 de julio de 2023, la Dirección de Competencia, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 49.3 de la LDC, dictó propuesta de no incoación de expediente sancionador y de archivo de las actuaciones, al considerar que en los hechos denunciados no se apreciaban indicios de infracción de los artículos 1, 2 y 3 de la LDC o 101 y 102 del TFUE.
- (5) La Sala de Competencia del Consejo de la CNMC ha deliberado y fallado el asunto en su reunión de 29 de noviembre de 2023.

2. LAS PARTES

2.1. Denunciante: PRIMOR

- (6) PRIMOR constituye uno de los principales operadores en el mercado de la distribución minorista de cosmética multi-marca, cuenta con más de 140 tiendas de perfumería repartidas por todo el territorio nacional y estima que su cuota en el mercado de distribución minorista de productos de cosmética de lujo es [CONFIDENCIAL].

¹ Se han realizado 34 RRII obtenido respuesta en 31.

² De acuerdo con la información aportada por LA PRAIRE (folios 328, 401-404).

- (7) PRIMOR se caracteriza especialmente por contar con una política de precios inferiores al del resto de operadores.

2.2. Denunciado: LA PRAIRIE

- (8) ANED **LAPRAIRIE GROUP IBERIA S.A.U. (“LA PRAIRIE”)**, anteriormente denominada PRODUITS DE BEAUTÉ JUVENA, S.A., es la filial española de LA PRAIRIE GROUP³, empresa que licencia y distribuye en exclusiva en España los productos protegidos bajo la marca LA PRAIRIE, la cual está considerada como una reputada marca de alta cosmética de lujo.
- (9) LA PRAIRIE forma parte de BEIERSDORF, compañía global con sede en Hamburgo (Alemania) que cuenta con una cartera de marcas de bienes de consumo de reconocido prestigio entre el público general, tales como, NIVEA, EUCERIN, HANSAPLAST o LABELLO.

3. MERCADO AFECTADO

- (10) Los hechos descritos por las denunciadas se producen en el mercado de distribución mayorista de perfumería y cosmética, si bien el mercado afectado por las alegadas conductas sería el mercado de distribución minorista de productos cosméticos, y en especial, el canal de lujo. Dicho mercado está verticalmente relacionado con el mercado de distribución mayorista de productos cosméticos en el que opera LA PRAIRIE.
- (11) De acuerdo con los precedentes nacionales⁴ y comunitarios⁵ referentes al sector de perfumería y cosmética, se distinguen los siguientes mercados: en primer lugar, en función de la gama del producto vendido, entre productos de lujo y productos de consumo de masas. Si bien ambos cumplen una función similar, en general, no son intercambiables. La categoría de lujo incluye productos de alta calidad, relativamente caros y que se comercializan mediante una marca de prestigio. Por su parte, los productos de consumo de masas son más baratos y sencillos y los supermercados son un canal de venta importante para ellos. En segundo lugar, según la Comisión Europea, ambos mercados podrían segmentarse en categorías, como productos de maquillaje, tratamientos,

³ [Contact us | La Prairie Group](#) <06/08/21>

⁴ C-0102/08 NMAS1/MERCAPITAL/BEAUTY BELL, C/0486/12 DIA/SCHLECKER, N-0522 AVIATE/CADYSSA/IBEDROPER Y N-07049 IBERDROPER/JUTECO, C/0894/17 DOUGLAS / DAPARGEL - NEGOCIO ADQUIRIDO, C/0849/17 DOUGLAS/ BODYBELL

⁵ M.186 HENKEL/NOBEL, M.312 SANOFI/YVES SAINT LAURENT, M.1534 PINAULTPRINTEMPS-REDOUTE/GICCI, M.2951 A.S.WATSON/KRUIDVAT, M.3643 SEPHORA/EL CORTE INGLÉS/JV.

perfumes para hombre y mujer, etc⁶. Además, para los productos de gran consumo, la Comisión Europea señala la posibilidad de segmentar el mercado en función del tipo de establecimiento (especializados, grandes almacenes y supermercados).

- (12) Según el expediente C/0894/17 Douglas/Dapargel -Negocio Adquirido, los cinco⁷ principales operadores del mercado de distribución minorista de productos cosméticos de lujo identificarían una cuota conjunta de alrededor del 40-50%⁸. Los principales factores que diferencian los servicios proporcionados por los distintos operadores del mercado son el precio, la calidad de los servicios y la gama/surtido. Así, según la denuncia, mientras que operadores como PRIMOR, DOUGLAS o DRUNI centran su diferenciación en políticas de precio agresivas a través de promociones.
- (13) Según la denunciante, LA PRAIRIE cuenta con una vasta cartera de marcas de productos de bienes de consumo ampliamente reconocidas entre el público general a nivel mundial, por lo que sus productos constituyen lo que se denomina

⁶ Por ejemplo, productos para el cuidado del cabello, en este sentido, según la Resolución de fecha 2 de marzo de 2011, expediente S/0086/08 - PELUQUERIA PROFESIONAL *“El sector de peluquería profesional es parte del mercado de cosméticos en general [...], según precedentes nacionales y de la Comisión Europea, se podría clasificar en las siguientes 5 categorías en función del uso de los mismos: a) Perfumería a base de alcoholes: perfumes, aguas de tocador, aguas de colonia. b) Productos cosméticos decorativos (productos de maquillaje): máscaras de belleza (con exclusión de los productos de abrasión superficial de la piel por vía química); maquillaje (líquidos, pasta, polvos); polvos de maquillaje, polvos para utilizar después del baño y para la higiene corporal; productos para los labios; productos para el cuidado y maquillaje de las uñas y productos para el maquillaje y desmaquillaje de la cara y los ojos. c) Productos para el cuidado de la piel: este segmento incluye cremas, emulsiones, lociones, geles y aceites para la piel; productos de tratamiento; productos antiarrugas y productos solares. d) Productos capilares: tintes y decolorantes; productos para moldear, para deslizar y fijar; productos que ayudan a mantener el peinado; productos para limpieza (lociones, polvos, champús); productos acondicionadores (lociones, lacas, brillantinas) y otros productos para el peinado. e) Productos de aseo o cuidado corporal: jabón de tocador, jabón desodorante; productos para el baño y ducha (sales, espumas, aceites, geles); depilatorios; desodorantes y antitranspirantes; productos para el afeitado (jabones, espumas, lociones); productos para el cuidado bucal y dental y productos para el cuidado íntimo externo. [...] ...*

⁷ Distribución minorista de productos de perfumería y cosmética de lujo, cuotas en valor a nivel nacional (2017): EL CORTE INGLÉS [CONF%]; PRIMOR [CONF%]; DRUNI [CONF%]; ARENAL [CONF%]; AVENIDA [CONF%]; y MARIUNNAUD [CONF%] esta última cesó su actividad comercial en España en 2019.

⁸ El resto de mercado se encontraría atomizado, según confirma La Prairie en respuesta a solicitud de información (folio 338).

como productos imprescindibles ('must-have')⁹, desde el punto de vista de los detallistas.

- (14) De acuerdo con los precedentes comunitarios¹⁰, la Comisión Europea ha dejado abierta la definición geográfica de la distribución minorista de los productos de perfumería y cosmética de lujo. No obstante, en dichos precedentes la Comisión Europea ha considerado el mercado al menos nacional, pudiendo llegar a ser internacional. En los últimos años, además, se ha desarrollado exponencialmente el canal online, dando lugar al denominado comercio electrónico¹¹ que, por su propia naturaleza, tiene un ámbito geográfico que puede ser superior al nacional.

4. HECHOS DENUNCIADOS

- (15) Según la denunciante, LA PRAIRIE habría incurrido en prácticas restrictivas de la competencia consistentes en la fijación de precios de venta al público a PRIMOR y otros detallistas. Las prácticas se vendrían produciendo, al menos, desde diciembre de 2017 hasta la fecha de presentación de su escrito de denuncia. En apoyo a su denuncia aporta los siguientes documentos:
- (16) En su primer escrito, el denunciante aportó conversaciones entre **JRH, CEO de PRIMOR, y PRD, Director Comercial de LA PRAIRIE**, que se inician en diciembre de 2017 y finalizan en octubre de 2019¹²:

- Conversación de fecha **14 de diciembre de 2017** entre JRH, CEO de PRIMOR, y PRD, Director Comercial de LA PRAIRIE:

[CONFIDENCIAL]

“Conversación de fecha **18 de abril de 2019** entre JRH de PRIMOR y PR de LA PRAIRIE:

[CONFIDENCIAL]

⁹ Productos indispensables que todo detallista multi-marca tiene que ofrecer al cliente final para poder competir en el mercado.

¹⁰ M.1870 LVMH/PRADA/FENDI y M.3643 SEPHORA/EL CORTE INGLÉS/JV.

¹¹ Entendido en los términos de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico y Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico).

¹² Acta de manifestaciones de D, JRHG, mediante la que entrega al notario su teléfono móvil para que compruebe y de fe de la existencia de la conversación transcrita (Folios 27-41).

(17) En su segundo escrito, el denunciante aportó **comunicaciones internas de LA PRAIRIE**, en las que **JAGF, Delegado de Ventas de LA PRAIRIE en España**, aparentemente reporta y reenvía comunicaciones con PRIMOR a **LP, Director General de LA PRAIRIE** (conversaciones que se inician en junio de 2017 y finalizan en octubre de 2019) y **comunicaciones externas** del referido JAGF con PRD, **Director Comercial de LA PRAIRIE** (conversaciones que se inician en enero de 2016 y finalizan en octubre de 2019)¹³:

- Conversación de fecha **17 de mayo de 2017**:

[CONFIDENCIAL]

- Conversación de fecha 7 de noviembre de 2018:

[CONFIDENCIAL]

- Conversación de fecha **15 de noviembre de 2018**:

[CONFIDENCIAL]

- Conversación del 22 de noviembre de 2018:

[CONFIDENCIAL]

(18) Asimismo, en su segundo escrito se aportaron **actas de manifestaciones**¹⁴ firmadas ante notario por dos exdelegados de ventas de LA PRAIRIE, despedidos en noviembre de 2019, que señalan:

“Esta política implicaba, en síntesis, que LA PRAIRIE establecía unos determinados niveles de precios mínimos, que se actualizan de forma periódica, para sus productos, e instaba a su cumplimiento a los distintos distribuidores minoristas con los que operaba. Dicha política se aplicaba, de forma generalizada y regular, en todo el territorio nacional español tanto a las ventas en tiendas físicas como a las ventas online”[...]

“en aquellos casos en los que los distribuidores minoristas no seguían su política de precios de venta al público, LA PRAIRIE adoptaba represalias frente a los mismos consistentes en ceses o reducciones de suministro de sus productos, amenazas de resolución de los contratos vigentes, o la denegación de

¹³ Acta de manifestaciones de D. JAGF, en la que consta la entrega al notario transcripciones en papel de mensajes de WhatsApp procedentes de un teléfono del cual ya no dispone, por lo que el notario únicamente puede dar fe de la entrega de esos documentos (Folios 231-244)

¹⁴ Folios 204-213 y 222-230, respectivamente.

autorizaciones para vender productos LA PRAIRIE en nuevos puntos de venta físicos del distribuidor minorista”.

- (19) Finalmente se aportaron **diversos burofaxes e emails**¹⁵ fechados **entre diciembre de 2018 y julio de 2020**, intercambiados por representantes de PRIMOR y LA PRAIRIE en los que, ante las quejas de PRIMOR por la falta de suministro, LA PRAIRIE señala diversos incumplimientos contractuales por parte de PRIMOR, concretamente la realización de ventas fuera de los puntos autorizados y no respetar los estándares de calidad relativos a la imagen de la marca; niega que haya restricción alguna relativa a precios de reventa y manifiesta su decisión de no renovar los contratos con PRIMOR, lo cual se materializó con la rescisión de su contrato el 31 de diciembre de 2019.

5. FUNDAMENTOS DE DERECHO

5.1. Competencia para Resolver

- (20) De acuerdo con el artículo 5.1.c) de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, compete a este Organismo *“aplicar lo dispuesto en la Ley 15/2007, de 3 de julio, en materia de conductas que supongan impedir, restringir y falsear la competencia”*. El artículo 20.2 de la misma Ley atribuye al Consejo la función de *“resolver los procedimientos sancionadores previstos en la Ley 15/2007, de 3 de julio”* y, según el artículo 14.1.a) del Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba Estatuto Orgánico de la CNMC, *“la Sala de Competencia conocerá de los asuntos relacionados con la aplicación de la Ley 15/2007, de 3 de julio”*.
- (21) En consecuencia, la competencia para resolver este procedimiento corresponde a la Sala de Competencia del Consejo de la CNMC.

5.2. Propuesta del órgano instructor

- (22) La DC propone la no incoación del procedimiento sancionador, así como el archivo de las presentes actuaciones, por considerar que, a la vista de la documental recibida en la denuncia, así como del resultado de la instrucción practicada, no hay indicios de la infracción denunciada.

5.3. Valoración de la Sala de Competencia

- (23) El artículo 1 de la LDC prohíbe todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela, que tenga por

¹⁵ Folios 48-144.

objeto, produzca o pueda producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia en todo o parte del mercado nacional.

- (24) Las relaciones entre las partes en el presente Expediente son de carácter vertical, puesto que se trata de empresas que operan en planos distintos de la cadena de distribución y se refieren a las condiciones en las que pueden adquirir, vender o revender determinados bienes.
- (25) A este respecto resulta relevante la normativa comunitaria en materia de restricciones verticales, actualmente el Reglamento (UE) 2022/720 de la Comisión de 10 de mayo de 2022 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.
- (26) El Reglamento (UE) 2022/720 sustituye al Reglamento (UE) nº 330/2010, de 20 de abril (DOUE de 23.04.10), 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, de carácter vertical, puesto que tienen lugar entre empresas.
- (27) El artículo 10 del Reglamento 720/2022 establece un periodo transitorio de aplicación: *“La prohibición establecida en el artículo 101, apartado 1, del Tratado no se aplicará durante el período comprendido entre el 1 junio de 2022 y el 31 mayo de 2023 a los acuerdos ya vigentes el 31 mayo de 2022 que no cumplan los requisitos para la exención establecidos en el presente Reglamento, pero que en dicha fecha sí cumplían las condiciones establecidas en el Reglamento (UE) no 330/2010”*.
- (28) Al margen de la determinación de la norma aplicable, en ambos reglamentos está tipificada como restricción especialmente grave (en el artículo 4) la restricción de la facultad del comprador de determinar el precio de venta. Sin embargo, se permite al proveedor establecer precios de venta máximos o recomendar un precio de venta, siempre y cuando estas acciones no conduzcan a un precio de venta fijo o mínimo debido a presiones o incentivos provenientes de cualquiera de las partes involucradas en el acuerdo.
- (29) La valoración contenida en esta resolución se realiza teniendo en cuenta la aportación documental contenida en la denuncia, así como el resultado de los actos de instrucción realizados por la DC.
- (30) Con respecto a la alegada fijación de precios a la denunciante, de las evidencias aportadas cabe considerar relevantes las expuestas en el anterior apartado; se trata de seis mensajes de WhatsApp (algunos de ellos son indiciarios, 3 de ellos son más claras) dispersos al largo de 3 años: los dos primeros correspondientes a los meses de mayo y diciembre del año 2017; tres fechados en noviembre de

2018 (justo antes de la remisión del primer burofax por parte de LA PRAIRIE a PRIMOR en diciembre de 2018) y el último fechado en abril de 2019.

- (31) Estas conversaciones se habrían producido en el marco de los problemas mercantiles entre LA PRAIRIE y PRIMOR por alegados incumplimientos reiterados de su contrato de distribución selectiva que, según se desprende de los mensajes aportados, tienen lugar desde al menos marzo de 2018. Así, las comunicaciones reflejan un seguimiento de descuentos realizados online y también en determinadas tiendas por parte de la denunciada y algunos mensajes también se refieren a la venta de producto LA PRAIRIE en tiendas no oficiales de la denunciante, es decir, al incumplimiento del contrato de distribución selectiva que se estaría produciendo.
- (32) Aunque PRIMOR alega que la no renovación del contrato por parte de LA PRAIRIE en diciembre de 2019 es una medida de represalia como consecuencia de la no aplicación de los precios de reventa fijados por LA PRAIRIE, lo cierto es que desde marzo de 2018 LA PRAIRIE comunicó a PRIMOR reiteradamente estos incumplimientos de contrato de distribución selectiva y, tras una serie de conversaciones e intercambio de burofaxes a lo largo de los años 2018 y 2019, le notificó la voluntad de no renovar el contrato por esa causa (indicándole además en las mismas comunicaciones que tienen plena libertad para fijar los precios de reventa), como evidencia tanto la documentación que ha aportado el propio PRIMOR¹⁶ como la contestación al RI por parte de LA PRAIRIE¹⁷, que confirma el citado extremo.
- (33) Así, LA PRAIRIE, en respuesta al RI enviado el 24 de septiembre de 2021, entre otras cuestiones, señala que ofrece a sus clientes autorizados una lista de precios recomendados de sus productos. Así mismo, indica que:

“En 2018, La Prairie descubrió que Primor había estado realizando ventas a minoristas no autorizados y desde puntos de venta no autorizados (operando dentro de la estructura de Primor). Además, La Prairie consideró que las condiciones en las que Primor había estado vendiendo los productos de La Prairie no cumplían en modo alguno los requisitos cualitativos establecidos por La Prairie, en particular con respecto a la imagen de la marca. La Prairie concedió a Primor un mes de plazo para corregir la situación. Esto mismo ocurrió nuevamente en 2019.

Por estos motivos, La Prairie decidió finalmente no celebrar un nuevo Contrato de Vendedor Minorista Autorizado con Primor tras la extinción del contrato vigente en

¹⁶ Burofaxes de LA PRAIRIE a PRIMOR de 4 de diciembre de 2018, de 21 de diciembre de 2018, de 23 de mayo de 2019 y de 16 de septiembre de 2019 aportados por el denunciante (folios 48 a 144).

¹⁷ Folios 1699-1706.

ese momento. En torno a octubre de 2019, La Prairie decidió solicitar la devolución de los productos (lo cual, sin embargo, nunca se materializó por parte de Primor) y cortar todos los pedidos de Primor a partir de diciembre de 2019. Tras una serie de conversaciones, La Prairie comunicó a Primor la decisión final de no celebrar un Contrato de Vendedor Minorista Autorizado.”

- (34) Por tanto, no puede afirmarse, a la vista de esta información, que la rescisión del contrato fuese una medida de represalia por el no seguimiento de precios¹⁸.
- (35) Por otro lado, la investigación preliminar realizada no ha permitido confirmar las declaraciones de los exdelegados de ventas de LA PRAIRIE, quienes afirmaban que *“Dicha política se aplicaba, de forma generalizada y regular, en todo el territorio nacional español tanto a las ventas en tiendas físicas como a las ventas online”*. No obstante, (i) la denunciante no ha aportado comunicaciones indiciarias de que la práctica afectase a otros distribuidores y (ii) tras la remisión de requerimientos de información a toda la red de distribución selectiva de LA PRAIRIE en España, no podría tampoco afirmarse la afectación a otros distribuidores.
- (36) Así, 28 de 31 distribuidores han respondido a los requerimientos de información realizados, señalando que existen precios recomendados y que pueden separarse libremente de ellos. No son conscientes de ningún sistema de monitoreo ni de la aplicación de represalias por parte de la denunciada si se separan de los citados precios o de la existencia de otras irregularidades.
- (37) En particular, [CONFIDENCIAL] una relevante cadena de perfumerías ha respondido que únicamente recibe recomendaciones no vinculantes por parte de LA PRAIRIE y que tiene plena libertad para decidir los PVP de estos productos¹⁹. En este mismo sentido ha respondido otra perfumería [CONFIDENCIAL].
- (38) Únicamente tres operadores han relatado la existencia de limitaciones en los descuentos o seguimiento de sus PVP por parte de LA PRAIRIE
- (39) El primero, [CONFIDENCIAL] indicó en respuesta al requerimiento de información realizado que: “LA PRAIRIE permite realizar descuentos sobre el Precio de Venta Recomendado, siempre que no se rebase el margen comercial

¹⁸ Más recientemente, al constatarse por la DC que en 2023, en la página web de PRIMOR se ofrecen productos de LA PRAIRIE, se remitió un nuevo requerimiento de información al denunciante para que aclarase si había retomado su relación comercial con LA PRAIRIE. En respuesta al citado requerimiento PRIMOR señaló que desde principios de 2020 no comercializa productos de la PRAIRIE y que las referencias a los citados productos reflejadas en la página web de PRIMOR corresponden a unidades comercializadas antes de que se interrumpiese el suministro, esto es, diciembre de 2019, y tienen siempre la mención “no disponible”.

¹⁹ Folios 1623 a 1628. Dicha cadena de perfumerías es mencionada en el mensaje de diciembre de 2017 transcrito anteriormente.

sobre el Precio de Venta Neto”. No obstante, no aportaba ningún soporte documental, señalando que la comunicación de dichas indicaciones es de carácter verbal. Realizado un segundo requerimiento de información a este operador para que aclarase esta afirmación y aportase todas las pruebas de que dispusiese sobre la alegada conducta, manifiesta que “no tiene nada más que aportar”.

- (40) La segunda perfumería [CONFIDENCIAL] señaló en su contestación que: “Sí, existe un seguimiento de precios por parte de La Prairie. La Prairie reacciona ante desviaciones significativas sobre los PVP. Si se hacen descuentos más allá del 20%, y si este descuento perdura en el tiempo. La Prairie pide que se corrija la situación, volviendo a un descuento máximo del 20%.” A continuación, indicaba asimismo que: “Por nuestra parte hemos utilizado este mecanismo cuando algún competidor ha sobre pasado el límite como en sentido contrario, hemos sido nosotros que hemos realizado una acción de descuentos superiores al 20”²⁰.
- (41) Afirmaba además que: “Las conversaciones que tiene que ver con la afectación de precios se mantienen por vía telefónica. Las indicaciones que se pueden recibir vía email acostumbran a indicar que el precio de venta son responsabilidad del distribuidor y no de LA PRAIRIE”.
- (42) Finalmente, la tercera perfumería, [CONFIDENCIAL] manifestó, en una primera contestación a la solicitud de información, que sí existía un seguimiento por parte de LA PRAIRIE de los precios de venta al público y que “*no tenemos libertad para aplicar precios más bajos*”. En contestación a la segunda solicitud de información realizada, señalaba que “*no podemos aportar ninguna prueba porque las indicaciones fueron siempre verbales*”²¹.
- (43) Por último, se ha comprobado que todos los contratos y los tarifarios aportados tanto por la denunciada como por los distribuidores requeridos se ajustan formalmente a la legalidad, pues los contratos recogen expresamente la libre fijación de precio de venta al por menor de los productos, indicando que el distribuidor puede hacer recomendaciones de precios no vinculantes²² y los tarifarios aportados por todos los distribuidores requeridos únicamente indican el precio de venta al público recomendado (PVPR). Además, la propia PRIMOR ha aportado documentación interna de LA PRAIRIE relativa a la formación de sus trabajadores, entre otras materias, en Derecho de la Competencia, en la que se recogen Directrices sobre Precios de Venta al Público que se consideran de

²⁰ Escrito de contestación al requerimiento de la DC, folio 708.

²¹ Folio 1617.

²² Cláusula 10.1 del contrato de vendedor autorizado de LA PRAIRIE.

estricto cumplimiento y en las que se indica expresamente la prohibición de fijar PVPs directa o indirectamente, así como una presentación interna fechada en noviembre de 2018, que abunda en la misma idea y asesora a los trabajadores sobre la comunicación de precios y promociones con sus distribuidores²³.

- (44) En conclusión, los elementos de prueba obtenidos durante la investigación no constituyen indicios suficientes que justifiquen, en este momento, la incoación de un procedimiento sancionador.

6. ACUERDO

Único. No incoar procedimiento sancionador y archivar las actuaciones realizadas en el ámbito de la información reservada por posible conducta contraria al artículo 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia contra LA PRAIRIE GROUP IBERIA S.A.U., al no apreciar, en este momento, la existencia de indicios de infracción.

Comuníquese esta resolución a la Dirección de Competencia y notifíquese a la denunciante haciéndoles saber que contra la misma no cabe recurso alguno en vía administrativa, pudiendo interponer recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.

²³ Folios 262 a 275.