
URÍA MENÉNDEZ

La Comisión Europea sanciona a una empresa de moda por restringir las ventas por Internet a sus distribuidores selectivos

30 de enero de 2019

El 17 de diciembre de 2018, la Comisión Europea adoptó una decisión por la que imponía una multa de 39.821.000 euros a la empresa Guess por restringir la publicidad y ventas por Internet de sus productos a sus distribuidores autorizados en el Espacio Económico Europeo (Expte. AT.40428 - Guess - la “**Decisión**”).

Este es el primer pronunciamiento de la Comisión Europea en relación con la legalidad de restricciones a ventas por Internet que los proveedores pueden imponer a sus distribuidores en el ámbito de un sistema de distribución selectiva con la finalidad de proteger su imagen de marca tras la importante sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (“**TJUE**”) del pasado 6 de diciembre de 2017 en el asunto *Coty* (ver circular informativa al respecto [aquí](#)).

► [Expte. AT.40428- Guess](#)

LA DECISIÓN

Guess estableció un sistema de distribución selectiva cualitativo del que formaban parte tanto tiendas monomarca como multimarca en los distintos Estados miembros. Guess también realizaba ventas directas a través de tiendas propias.

En relación con las ventas por Internet, Guess concibió una serie de restricciones a las ventas de sus productos por parte de sus distribuidores autorizados con la finalidad de proteger la imagen de prestigio de sus productos y aumentar la reputación de sus marcas.

La Decisión considera que las siguientes prácticas, realizadas en el marco de un sistema de distribución selectiva, constituyen una infracción única y continuada contraria al artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (“**TFUE**”). La Decisión aclara, además, que los acuerdos de distribución no podrían beneficiarse de la exención prevista en el Reglamento 330/2010 en la medida en que contenían varias de las restricciones especialmente graves contempladas en el artículo 4 del Reglamento, en concreto, prohibición de ventas pasivas y fijación de precios, que retiran a la totalidad del acuerdo el beneficio de la exención prevista en él.

PROHIBICIÓN DEL USO DE LAS MARCAS DE GUESS EN LA PUBLICIDAD EN BUSCADORES POR INTERNET

La Decisión considera acreditado que Guess impedía de forma sistemática a sus distribuidores autorizados independientes el uso de sus marcas con fines publicitarios en buscadores *online*. En

concreto, destaca que no les autorizaba a pujar por el uso de sus marcas como términos de búsqueda en Google AdWords.

El TJUE en *Coty* había declarado que, en el marco de un sistema de distribución selectiva, una restricción no entraría en el ámbito de la prohibición del artículo 101.1 TFUE si tenía un objetivo legítimo, se imponía de forma uniforme a todos los distribuidores, se aplicaba de forma no discriminatoria y no iba más allá de lo necesario.

A este respecto, la Decisión recuerda que el TJUE ha admitido que se puede restringir el uso de las marcas en buscadores *online* en casos en que pueda haber riesgo de confusión en el consumidor sobre el origen de los productos. No obstante, la Comisión Europea aclara que en el caso de los distribuidores autorizados no existe ningún riesgo de confusión sobre el origen legítimo de los productos que venden y, por tanto, la restricción de la publicidad en buscadores *online* no puede considerarse que persiga un objetivo legítimo como sería la protección de su imagen de marca.

La Decisión otorga especial relevancia a que la documentación interna de Guess acreditó que la finalidad de esta restricción era impedir el aumento de los costes de publicidad por los anuncios en buscadores *online* para sus propias tiendas y maximizar el tráfico de su propia página web a expensas de sus distribuidores autorizados. En estas condiciones, considera que esta limitación constituye una restricción de la competencia por objeto.

RESTRICCIÓN DE LAS VENTAS ONLINE

La política de distribución selectiva aplicada establecía que los distribuidores autorizados solo podían vender sus productos por Internet si Guess les había concedido una autorización previa por escrito.

La investigación realizada por la Comisión Europea acreditó que, a diferencia de lo que sucedía en el caso de establecimientos físicos, donde existían requisitos de calidad predeterminados y un procedimiento de autorización de los distribuidores autorizados, en el caso de la distribución por Internet, Guess no disponía de una relación de requisitos de calidad para la concesión de esta autorización ni tampoco había aprobado un procedimiento de autorización. Por ello, la concesión de la autorización era discrecional.

Adicionalmente, la documentación interna acreditó que la finalidad de esta restricción era limitar al máximo el número de distribuidores autorizados independientes que realizaran ventas por Internet para así favorecer las ventas del sitio web de Guess y, en la práctica, la mayoría de las solicitudes de autorización eran rechazadas.

En estas circunstancias, la Decisión considera que el requisito de autorización previa, al no estar unido a ningún criterio de calidad especificado, no cumpliría los requisitos de aplicación uniforme y no discriminatoria exigido por el TJUE en *Coty* y constituía una restricción por objeto. Estas prácticas protegían las propias ventas *online* de Guess de la competición intramarca ejercida por sus distribuidores autorizados.

RESTRICCIÓN DE LOS SUMINISTROS CRUZADOS ENTRE DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS

Los acuerdos de distribución de Guess incluían varias restricciones que limitaban la posibilidad de los distribuidores mayoristas y minoristas autorizados de revender los productos a otros miembros de la red. En concreto, se incluían varias cláusulas que limitaban el territorio en el que los distribuidores podían realizar las ventas —restringiéndolo normalmente a un Estado miembro— y se incluían obligaciones de adquirir los productos exclusivamente de Guess y prohibiciones de las ventas a otros distribuidores autorizados.

La Comisión Europea considera que estas restricciones de ventas entre distribuidores autorizados dentro de una red de distribución selectiva constituyen una restricción por objeto contraria al artículo 101.1 TFUE.

PROHIBICIÓN DE REALIZAR VENTAS A CONSUMIDORES SITUADOS FUERA DE LOS TERRITORIOS ASIGNADOS

Los contratos con los distribuidores minoristas establecían que los derechos de venta y de publicidad de los productos quedaban limitados al territorio del Estado miembro asignado, prohibiéndose tanto de ventas activas (a iniciativa de los distribuidores) como pasivas (en respuesta a una petición de un consumidor). La Comisión Europea considera esta prohibición como una restricción de la competencia por objeto, en la medida en que es susceptible de contribuir a la compartimentación de los mercados nacionales e impedir el establecimiento de un mercado único. Adicionalmente, destaca que estas prácticas vulnerarían en la actualidad lo previsto en el Reglamento 2018/302 contra el bloqueo

geográfico (“**geo-blocking**”) aplicable desde el pasado 3 de diciembre de 2018 (ver circular informativa al respecto [aquí](#)).

FIJACIÓN DEL PRECIO DE REVENTA

Las condiciones generales de venta aplicadas por Guess en la mayoría de los Estados miembros establecían una obligación por parte de los distribuidores autorizados de respetar los precios de venta al público recomendados. El incumplimiento de esta obligación podía dar lugar al cese del suministro. La investigación de la Comisión Europea acreditó que Guess realizaba un seguimiento de los precios de venta al público aplicados por sus distribuidores e intentaba corregir las desviaciones detectadas. En la práctica, los precios aplicados en los países de Europa del Este eran un 5-10 % más elevados que en el resto de los países de la Unión Europea. Esta fijación de precios constituía una restricción de la competencia por objeto.

IMPORTANTE REDUCCIÓN DE LA MULTA POR COOPERACIÓN

La Comisión Europea redujo la sanción impuesta en un 50% en atención a la cooperación prestada por Guess durante el procedimiento y a su reconocimiento de los hechos. La posibilidad de conceder una reducción significativa del importe de la sanción a las empresas que reconozcan su participación en los hechos sancionados y colaboren con la Comisión Europea en el marco de un procedimiento de transacción es una práctica habitual en casos de cárteles. Sin embargo, la Comisión Europea ha decidido extender este beneficio recientemente a otros procedimientos sancionadores, como son casos de abusos de posición de dominio y restricciones verticales.

El procedimiento de transacción requiere que las empresas reconozcan su participación en las prácticas sancionadas y su responsabilidad en ellas. Esta es la tercera decisión en la que se concede una reducción significativa del importe de la multa impuesta en el marco de un procedimiento de transacción.

En este caso, Guess no solo reconoció los hechos imputados, sino que también reveló nuevas prácticas de las que la Comisión Europea no tenía conocimiento, con lo que facilitó información de valor añadido significativo con respecto a la información de la que disponía la Comisión Europea, lo que habría justificado la importante reducción del importe de la sanción impuesta a la entidad.

CONSECUENCIAS E IMPLICACIONES PARA OTRAS EMPRESAS

La Comisión Europea y las autoridades nacionales han mostrado un creciente interés por el análisis de la compatibilidad con la normativa de defensa de la competencia de los sistemas de distribución aplicados por las empresas, en concreto, en lo que respecta a la aplicación de sistemas de distribución selectiva y la posible limitación de las ventas por Internet.

A este respecto, existen todavía muchas incertidumbres sobre los límites de las restricciones a las ventas por Internet que un proveedor puede establecer legítimamente en el marco de un sistema de distribución selectiva, así como en qué circunstancias la protección de la imagen de marca puede ser considerada un objetivo legítimo que permita justificar tal limitación.

Esta decisión aclara la posición de la Comisión Europea en relación con algunas de estas restricciones. En concreto, destaca la importancia dada por la Comisión Europea al establecimiento de criterios objetivos y uniformes que se apliquen de forma no discriminatoria a todos los miembros de la red de distribuidores autorizados.

No obstante, las particularidades de este caso, donde se acreditó que existía una estrategia diseñada por el proveedor de limitar las ventas en Internet de sus distribuidores autorizados para beneficiar a sus tiendas propias, ha llevado a la Comisión Europea a considerar algunas de estas restricciones por objeto. A este respecto, el hecho de que la Decisión se adoptara en el marco de un procedimiento de transacción, ha limitado el debate jurídico sobre la legalidad de algunas de las prácticas sancionadas, que no habían sido examinadas antes por las autoridades de defensa de la competencia, como es la restricción del uso de marcas para la publicidad en buscadores *online*. Cabe plantearse si, en ausencia de esa finalidad restrictiva, las conclusiones podrían ser diferentes.

Abogados de contacto



Edurne Navarro
Socia
+3226396462
edurne.navarro@uria.com



Patricia Vidal
Socia
+34915860161
patricia.vidal@uria.com



Raquel Lapresta
Asociada Principal
+3226396467
raquel.lapresta@uria.com

BARCELONA
BILBAO
LISBOA
MADRID
PORTO
VALENCIA
BRUXELLES
FRANKFURT
LONDON
NEW YORK
BOGOTÁ
BUENOS AIRES
CIUDAD DE MÉXICO
LIMA
SANTIAGO DE CHILE
BEIJING

www.uria.com

La información contenida en esta publicación es de carácter general y no constituye asesoramiento jurídico