II

(Actos cuya publicación no es una condición para su aplicabilidad)

COMISIÓN

DECISIÓN DE LA COMISIÓN

de 21 de diciembre de 1993

relativa a un procedimiento de aplicación del artículo 85 del Tratado CE

(IV/29.420 — Acuerdos de distribución de Grundig en la Comunidad)

(El texto en lengua alemana es el único auténtico)

(94/29/CE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Reglamento nº 17 del Consejo, de 6 de febrero de 1962, primer Reglamento de aplicación de los artículos 85 y 86 del Tratado [1], cuya última modificación la constituye el Acta de adhesión de España y de Portugal, y, en particular, sus artículos 6 y 8,

Vista la solicitud de prórroga de la exención presentada por Grundig AG el 12 de enero de 1989,

Visto lo esencial del contenido de la notificación, publicado en virtud del apartado 3 del artículo 19 del Reglamento nº 17 [2],

Previa consulta al Comité consultivo en materia de prácticas restrictivas y de posiciones dominantes,

Considerando lo que sigue :

A. HECHOS

(1) Mediante la Decisión 85/404/CEE [3], la Comisión concedió una exención, hasta el 28 de marzo de 1989, respecto de los acuerdos de distribución en la Comunidad de aparatos de electrónica de consumo notificados por la empresa Grundig AG el 29 de marzo de 1977. El 12 de enero de 1989, Grundig solicitó una prórroga de la exención.

I. El mercado

(2) El mercado de aparatos de electrónica de consumo se caracteriza por una intensa competencia, originada por la gran cantidad de fabricantes que operan en el sector con distintos sistemas de distribución y por un desarrollo técnico en rápida evolución, que da lugar a continuas innovaciones técnicas. A principios de los ochenta comenzaron a penetrar en el mercado europeo numerosos fabricantes extranjeros, sobre todo asiáticos, lo que ha traído como consecuencia no sólo una intensificación de la competencia en materia de precios, provocando su descenso, sino también una reducción de las cuotas de mercado de los fabricantes europeos.

(3) Al mismo tiempo, en el plano de la distribución se ha producido no sólo una progresiva concentración, sino que también se registra una tendencia hacia la adopción de nuevos modelos de distribución, entre los que destacan los llamados supermercados *cash and carry*. A diferencia de los comercios especializados, estos establecimientos no ofrecen al consumidor ni asesoramiento ni servicio postventa. Por este motivo, y también por las ventajas que se derivan de sus dimensiones —particularmente, las cadenas de este tipo de establecimientos—, estas empresas logran ofrecer precios que los pequeños y medianos comerciantes independientes no se pueden permitir. De este modo, estos últimos se ven frecuentemente expulsados del mercado, lo que, a su vez, tiene como consecuencia una mayor concentración en el nivel de distribución.

(4) Esta evolución al nivel de distribución presenta determinadas desventajas, tanto para el consumidor como para el fabricante. Si bien los consumidores se benefician, por un lado, de precios más bajos,

[1] DO nº 13 de 21. 2. 1962, p. 204/62.
[2] DO nº C 181 de 17. 7. 1992, p. 3.
[3] DO nº L 233 de 30. 8. 1985, p. 1.

por otro lado pierden las ventajas asociadas al comercio especializado, entre las que destacan el contacto con el cliente, el asesoramiento por parte de personal especializado y el servicio postventa; ante las continuas innovaciones técnicas del sector, muchos consumidores conceden cada vez más importancia a estos factores. Sin embargo, los fabricantes tienen más dificultades para construir una densa red de establecimientos especializados que presten todos los servicios necesarios en interés del cliente —sin olvidar las zonas rurales— y puedan al mismo tiempo optimizar las ventas de la marca de que se trate.

(5) El grado de utilización de los sistemas de distribución selectiva de aparatos de electrónica de consumo en los Estados miembros es muy variable. En Alemania son, por tradición, más frecuentes que en otros Estados miembros. Pero, también en este país, muchos fabricantes comercializan sus productos sin recurrir a acuerdos de distribución. Además, los acuerdos existentes presentan características muy diversas. Muchos de los sistemas de distribución notificados a la Comisión son, además, de ámbito nacional, y no se extienden a otros Estados miembros. En conjunto, el número de acuerdos notificados desde la exención inicial de los acuerdos de distribución Grundig en la Comunidad, en 1985, no ha aumentado significativamente. Como los sistemas de distribución selectiva representan elevados costes para los fabricantes (gestión y supervisión, asesoramiento y formación de los vendedores, etc.), los incentivos para el establecimiento de nuevos sistemas son reducidos.

II. Posición que ocupa Grundig en el mercado y estructura de distribución de sus productos

(6) La empresa Grundig AG (en lo sucesivo Grundig), con sede en Fürth (Alemania), y cuyo volumen de negocios en el ejercicio económico 1991/92 se aproximó a 4 230 millones de marcos alemanes, es uno de los principales fabricantes de aparatos de electrónica de consumo de Europa. A escala comunitaria, las cuotas de mercado de sus productos principales —televisores en color y vídeos— representan el 9,5 % y el 5,3 % respectivamente. En algunos Estados miembros, las cuotas de mercado son considerablemente mayores, llegando a alcanzar, en lo que respecta a los televisores en color, el 14,3 % en Alemania, el 10,9 % en Italia y el 17,5 % en Portugal, y en lo que respecta a los vídeos, el 9,8 % en Alemania, el 6,4 % en Italia y el 8,9 % en Portugal. A título comparativo, los principales competidores de Grundig en el dominio de los televisores en color, es decir Thomson y Sony, disponen de una cuota de mercado, respectivamente, de 15 % y 11 %; respecto a los vídeos, el principal competidor de Grundig, el grupo Matshushita, dispone de una cuota de mercado de 16 % aproximadamente.

(7) Desde el 1 de abril de 1984, Grundig AG está bajo el control de la empresa Philips Electronics, con sede en Eindhoven (Países Bajos), que poseía una participación del 40 % aproximadamente en el capital de Grundig y recientemente adquirió todo el capital social. Philips tiene una cuota de mercado comunitario del 17 % en lo que respecta a televisores en color, y del 8,7 % en lo que respecta a vídeos (en ambos casos, sin contar con la de Grundig). En algunos Estados miembros, sus cuotas de mercado son mayores, llegando, en el caso de los televisores en color, al 24,1 % en los Países Bajos y al 19,5 % en Bélgica, y en el caso de los vídeos, al 18,5 % y al 11,3 % respectivamente. Actualmente, las sociedades Grundig y Philips distribuyen sus productos con independencia la una de la otra, utilizando canales de distribución diferentes. Contrariamente a lo que hace Grundig, Philips no emplea un sistema europeo de distribución selectiva.

(8) Grundig distribuye sus productos a través de mayoristas y minoristas especializados debidamente seleccionados, a los que suministra directamente en Alemania, y, en otros Estados miembros, por medio de distribuidores exclusivos que, en ocasiones, son filiales de Grundig. En total, su red de distribución en la Comunidad está integrada por unos 29 000 minoristas especializados. La red más importante se encuentra en Alemania, con cerca de 16 000 distribuidores. Además, en Alemania y Dinamarca, Grundig ha suscrito acuerdos de distribución con tres asociaciones de pequeñas y medianas empresas, minoristas especializados a los que suministra en exclusiva determinadas líneas de productos. Estos acuerdos han sido objeto de notificación y de un procedimiento separados, que están siendo objeto todavía de un examen.

(9) Los precios de los productos Grundig —como en el caso de los demás fabricantes— varían de un Estado miembro a otro. Esta diversidad se debe, entre otras razones, a las diferencias en cuanto a normas técnicas, costes de distribución y tipos impositivos. Dentro de un mismo Estado miembro, los precios también presentan fluctuaciones significativas como consecuencia de la intensa competencia entre los distribuidores.

III. El sistema de distribución Grundig

1. *El acuerdo de distribución Grundig en la Comunidad para el comercio minorista*

(10) De conformidad con el acuerdo de distribución Grundig en la Comunidad para el comercio minorista, un comerciante podrá incorporarse al sistema de distribución siempre y cuando cumpla, entre otros, los siguientes requisitos:

— contar con un comercio minorista especializado en la venta de aparatos de electrónica de consumo o, en su defecto, disponer de una sección especializada (por ejemplo, en un comercio minorista similar a un gran almacén) u otro tipo de punto de venta especializado,

siempre y cuando sean equiparables a un comercio minorista especializado y estén representados, por su importancia y sus posibilidades de venta, en todo el territorio del país de que se trate. Esta última cláusula, introducida a principios de 1992, permite por vez primera el acceso al sistema de distribución de empresas de venta por correspondencia, siempre que cuenten con centros de distribución equiparables a los comercios minoristas especializados. Quedan excluidos los centros de distribución que carezcan de salas de exposición y de servicios de asesoramento y postventa;

— el comercio, la sección o el punto de venta especializados han de estar abiertos al público en general durante el horario comercial normal, sin exigirse ningún tipo de identificación ni cualquier otro trámite. Los locales de venta, en los que debe exponerse una selección representativa de los aparatos Grundig, deben ofrecer una imagen acorde con el prestigio de la marca Grundig;

— el minorista ha de contar con personal de venta especializado que tenga los conocimientos técnicos necesarios para asesorar correctamente al cliente;

— debe poner a la venta una gama de productos Grundig lo más amplia posible en función del tamaño del comercio o la sección especializados, y disponer de existencias apropiadas con una muestra representativa de los productos Grundig correspondientes, que guarde proporción con las dimensiones del comercio, la sección o el punto de venta;

— debe garantizar la eficaz y rápida prestación de todos los servicios de garantía y postventa que corresponda, en su propio taller o en otro con el que se haya suscrito un contrato permanente.

(11) Grundig se compromete a suministrar sus productos exclusivamente a los minoristas autorizados, a imponer a los mayoristas que compran sus productos la misma obligación y a garantizar la integridad del sistema. En caso de cumplirse los requisitos relativos al comercio especializado, la autorización se concederá en el plazo de cuatro semanas a partir de la recepción de la solicitud por parte de Grundig. Si, transcurrido este plazo, no se ha adoptado ninguna decisión sobre la solicitud, se entenderá que la autorización ha sido concedida. La autorización puede tramitarse también a través de un mayorista. En tal caso, Grundig se reserva el derecho de verificar el cumplimiento de los requisitos comerciales y, en caso de incumplimiento, de resolver inmediatamente el contrato de distribución suscrito entre el mayorista y el minorista. Todos los minoristas autorizados serán incluidos en una lista. Dicha lista se entregará a un administrador, que será responsable de informar sobre la pertenencia o no de cualesquiera comerciantes al sistema de distribución Grundig.

(12) Habida cuenta de que el acuerdo de distribución es aplicable en todo el mercado común, Grundig, en función de las características específicas que puedan presentar los distintos Estados miembros, se reserva el derecho de suprimir alguno de los requisitos de autorización con respecto a un determinado país en su conjunto. No obstante, no cabe excluir las siguientes obligaciones: contar con un comercio especializado o centro de distribución similar, tener un establecimiento abierto al público, exponer una muestra representativa de productos Grundig, disponer de personal de venta especializado y prestar servicios de garantía y postventa.

(13) Las actividades comerciales de los minoristas especializados deben centrarse en el consumidor final. No obstante, dentro del mercado común y de los países que, sobre la base de un acuerdo de libre comercio celebrado con la Comunidad, garanticen la libre circulación de mercancías con los Estados miembros, dichos minoristas podrán suministrar también a revendedores, siempre y cuando figuren en la lista de minoristas autorizados por Grundig (véase el considerando 10). En este caso, se deberán registrar los datos relativos al comprador, la fecha de venta y el número de identificación del producto y ponerlos en conocimiento de Grundig en caso de que ésta lo solicite, cuando el control del circuito de distribución resulte necesario por motivo técnicos, especialmente en caso de producirse defectos de serie o ante la sospecha fundada de inclumplimiento del acuerdo de distribución.

(14) Se prohíbe a los comerciantes suscitar dudas sobre su pertenencia exclusiva al sector minorista a través de anuncios o prácticas comerciales. Asimismo, se les prohíbe que, en relación con la venta de aparatos Grundig, utilicen publicidad engañosa que haga referencia a precios sin entrega a domicilio o de autoservicio.

(15) Grundig se reserva el derecho de verificar en cualquier momento el cumplimiento de las cláusulas del acuerdo de distribución y de rescindir el contrato en caso de incumplimiento de las mismas. De producirse una infracción grave del contrato, Grundig podrá interrumpir temporalmente el suministro, pero si la infracción es reiterada, la suspensión podrá ser indefinida, acompañada de la inmediata rescisión del contrato. En caso de competencia desleal, sólo podrá interrumpirse el suministro cuando los hechos no sean rebatidos o medie resolución judicial. Se considerará también decisión judicial una resolución cautelar que no sea objeto de recurso. Grundig sólo podrá decidir la resolución regular del contrato en caso de supresión del sistema de distribución.

2. *El acuerdo de distribución Grundig en la Comunidad para el comercio mayorista*

(16) De conformidad con el acuerdo de distribución Grundig en la Comunidad para el comercio mayorista, los mayoristas podrán incorporarse al sistema de distribución siempre y cuando cumplan, entre otros, los siguientes requisitos :

— contar con un establecimiento al por mayor especializado en la venta de aparatos de electrónica de consumo, o disponer de una sección especializada equivalente a un comercio mayorista especializado ;

— disponer de personal especializado con conocimientos técnicos y de un servicio cualificado en la materia a fin de prestar a los minoristas un servicio de asesoramiento ;

— reunir una serie de condiciones de organización y financiación para abarcar y tener en existencias, en la medida de lo posible, la gama completa de los productos Grundig y garantizar un suministro rápido a los clientes.

(17) Grundig se compromete a suministrar exclusivamente a aquellos mayoristas que cumplan los mencionados requisitos y a garantizar la integridad del sistema. En función de las características específicas de los distintos Estados miembros, Grundig se reserva el derecho de suprimir alguno de los requisitos con respecto a un determinado país en su conjunto. No obstante, no cabe excluir la obligación de disponer de un comercio mayorista especializado y de personal cualificado. Todo lo relativo a la autorización, rescisión e infracciones del contrato se rige por las normas aplicables a los minoristas.

(18) Los mayoristas, dentro del mercado común y de los países que hayan suscrito con la Comunidad un acuerdo de libre comercio, sólo pueden suministrar y comprar a revendedores reconocidos. Sólo pueden suministrar a aquellos consumidores finales que dispongan de una empresa comercial o industrial y adquieran dichos productos para fines profesionales, firmando a tal fin una declaración cuyo contenido pueda ser verificado objetivamente.

IV. Cláusulas de garantía

(19) Hasta la fecha, Grundig no ha asumido garantías contractuales de fabricación por sus productos frente a los consumidores finales, de modo que éstos deben invocar las garantías legales, que en ocasiones presentan diferencias de un Estado miembro a otro. Los problemas planteados hasta la fecha en relación con las garantías en países distintos del de compra se han resuelto normalmente por vía extrajudicial. No obstante, Grundig tiene intención de introducir dentro de la Comunidad una garantía total, uniforme y válida en todo el territorio comunitario, y ha iniciado el desarrollo de la correspondiente red técnica. A instancia de la Comisión, Grundig se ha comprometido, además, a garantizar que, hasta el pleno establecimiento de la garantía comunitaria, los consumidores puedan invocar los derechos de garantía en el Estado miembro en el que residan cuando hayan adquirido el producto en otro Estado miembro, para lo cual ha dado las correspondientes instrucciones a todas las filiales y distribuidores exclusivos. El alcance de la garantía se determinará en función de los derechos reconocidos en el país de compra.

V. Observaciones de terceros

(20) En respuesta a la publicación de las características principales del sistema de distribución notificado, la Comisión ha recibido observaciones de tres terceros interesados. En el primer caso, se trata de una empresa que explota una serie de establecimientos mayoristas de autoservicio según el sistema de *cash and carry*, cuya objeción se refiere al hecho de que los mayoristas deban contar con un servicio cualificado de atención al cliente. En su opinión, este requisito no refleja la situación actual del mercado de aparatos de electrónica de consumo, dado que conduce a la exclusión de sistemas de venta de nuevo cuño, sin estar justificado por las características específicas de los productos. Además, critica que los mayoristas sólo puedan suministrar a los consumidores finales que dispongan de una empresa comercial o industrial y adquieran los productos Grundig para fines profesionales, firmando una declaración al respecto cuyo contenido pueda ser verificado objetivamente. En opinión de esta empresa, cuando, por su naturaleza y características, el producto sea utilizable en la empresa del cliente, no debería exigirse la firma de una declaración.

(21) En el segundo caso, se trata de una central de compras de pequeños y medianos comerciantes del sector de aparatos de electrónica de consumo, que rechaza que los comerciantes que vendan a otros minoristas autorizados deban registrar la fecha de compra y el número de identificación del producto suministrado y comunicar estos datos a Grundig en casos justificados. En su opinión, este sistema obstaculiza las importaciones paralelas entre los Estados miembros, ya que cabe la posibilidad de que Grundig ejerza presión sobre los comerciantes afectados.

(22) El tercer caso corresponde a una empresa francesa que suministra exclusivamente a consumidores finales que pertenecen a determinadas empresas o administraciones públicas y deben acreditarse presentando una tarjeta de acceso. En un principio, Grundig había denegado a esta empresa su incorporación al sistema de distribución, dado que, de

conformidad con los requisitos establecidos al respecto, los establecimientos comerciales deben ser accesibles al público sin necesidad de acreditación alguna. Sin embargo, según la práctica administrativa y la jurisprudencia francesas, los comercios que exigen una tarjeta de acceso son considerados como una forma de distribución apropiada; por consiguiente, Grundig va a hacer uso de la posibilidad de suprimir determinados requisitos de acceso al sistema de distribución en función de las peculiaridades nacionales (véase el considerando 12) y admitir a esta empresa en el sistema de distribución.

B. VALORACIÓN JURÍDICA

I. Apartado 1 del artículo 85

1. *Cláusulas contractuales que no restringen la competencia*

(23) Los contratos con mayoristas y minoristas que constituyen la base del sistema de distribución Grundig contienen básicamente las cláusulas propias del comercio especializado. En su mayoría, los criterios de admisión al sistema que contienen dichos contratos no entran en el ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 85, ya que son de orden cualitativo y se aplican sin discriminación; es decir, son admitidos todos los comerciantes que cumplen los requisitos correspondientes. Se trata de las siguientes cláusulas:

(24) a) Las obligaciones relativas a la cualificación técnica de los comerciantes, los conocimientos técnicos del personal de venta, la prestación de servicios de garantía y postventa y las características de los locales de venta se justifican por las exigencias de la distribución de aparatos de electrónica de consumo de gran calidad. Debido al rápido ritmo de innovación en el sector, al continuo desarrollo de nuevos aparatos y a la ampliación de las posibilidades de utilización de los ya existentes, los clientes exigen, en el momento de la presentación de los aparatos en salas debidamente acondicionadas para tal fin, un adecuado asesoramiento por parte de personal de venta especializado. Por este motivo, también está justificado que las empresas de venta por correspondencia, para su admisión, deban disponer de instalaciones de venta, es decir, de espacios equiparables a los establecimientos minoristas especializados, y estar representadas en todo el territorio del país de que se trate, de forma que queda excluida la simple venta por correspondencia cuando no se disponga de salas de exposición ni de servicios de asesoramiento y postventa. Los clientes de las empresas de venta por correspondencia tienen así la posibilidad, si lo desean, de beneficiarse, igualmente que los clientes de los minoristas especializados, de dicho servicio.

(25) b) Desde el punto de vista de la competencia, tampoco hay nada que objetar al hecho de que los comercios especializados deban estar abiertos al público, sin restricciones, dentro del horario normal de los comercios minoristas. Ello responde a las características propias del comercio minorista, destinado, por su función, a abastecer a la población en su conjunto, sin privilegiar a determinados compradores por su pertenencia a determinados grupos profesionales o sociales y excluyendo a otros. No obstante, en la medida en que, en algunos Estados miembros, los establecimientos únicamente accesibles a determinados grupos de clientes practican un sistema de venta tradicional y expresamente autorizado por la legislación nacional, es razonable que, en estos casos, Grundig suprima este requisito.

(26) c) También está objetivamente justificado que los mayoristas, por regla general, deban disponer de un servicio cualificado de atención al cliente. Para que el minorista pueda cumplir sus obligaciones contractuales relativas al asesoramiento y al servicio postventa con respecto al consumidor, es imprescindible que el mayorista le informe y asesore debidamente. Además, un servicio cualificado de atención al cliente es necesario, sobre todo, para asesorar a los pequeños minoristas de las zonas rurales. No cabe argumentar que, en general, el comercio mayorista tradicional ha perdido importancia y que los minoristas adquieren a menudo sus productos a través de otros sistemas de distribución —venta directa del fabricante y cooperativas de compra—, frecuentemente sin asesoramiento específico. De todos modos, en un sistema de distribución selectiva es lógico que el asesoramiento y la asistencia específicos queden garantizados en todas las fases de la distribución, lo que justifica la imposición de las correspondientes obligaciones a los mayoristas.

(27) Tampoco cabe formular objeciones frente al hecho de que Grundig se haya reservado el derecho de suprimir este requisito en algunos Estados miembros, teniendo en cuenta las peculiaridades nacionales. En la medida en que, en algunos Estados miembros, el comercio mayorista se limita generalmente a una mera función de distribución, sería desproporcionado exigir una reestructuración. Por el contrario, dado que, en otros Estados miembros, los mayoristas prestan tradicionalmente servicios de asesoramiento y asistencia a los minoristas, es razonable que se les exija que sigan prestando dichos servicios, en beneficio de un sistema de distribución basado en el servicio al cliente. El temor de que queden completamente excluidos nuevos sistemas de venta como el *cash and carry* es infundado, dado que hay suficientes fabricantes que distribuyen sus productos a través de este tipo de establecimientos.

(28) d) La prohibición de vender a comerciantes no autorizados tiene por objetivo garantizar que los productos Grundig sólo sean vendidos por comerciantes técnicamente competentes que presten, entre otros, los servicios de asesoramiento y postventa necesarios; por lo tanto, es perfectamente compatible con las normas de competencia.

(29) El suministro a comerciantes autorizados dentro del mercado común está expresamente permitido; esta fórmula permite las importaciones paralelas entre Estados miembros de la Comunidad a precios distintos. No hay nada que objetar a la obligación impuesta al comerciante que suministra a revendedores de registrar y comunicar a Grundig previa solicitud en este sentido, los datos del comprador, la fecha de compra y el número de identificación del producto suministrado. Esta obligación es indispensable, en particular, para impedir al distribuidor infringir los acuerdos de distribución, cediendo aparatos Grundig a distribuidores no autorizados; sin esta posibilidad de control, prevenir dichas infracciones sería casi imposible. Teniendo en cuenta que esta obligación de informar se limita a los casos en que, por motivos técnicos o ante la sospecha debidamente fundada de que se puede estar infringiendo el acuerdo de distribución en la Comunidad, resulta necesario controlar el circuito de distribución, y que Grundig está obligada a informar con carácter anual a la Comisión de los casos en los que se ha hecho uso de esta potestad, no es real el peligro, en contra de lo que alegan los terceros interesados, de que Grundig exija sistemáticamente el suministro de información para controlar y dificultar las importaciones paralelas entre comerciantes autorizados.

(30) En los últimos años, Grundig afirma no haber ejercitado este derecho en ninguna ocasión. Si bien, en algunos casos en los que comerciantes no autorizados ofrecían productos Grundig que formaban parte del acuerdo, la empresa ha llevado a cabo las investigaciones correspondientes, todos los casos han sido resueltos sin necesidad de recurrir a una inspección del registro de datos; generalmente, al invocar dicha posibilidad el proveedor facilitaba los datos requeridos. Por lo tanto, no hay argumentos que puedan demostrar que Grundig ha utilizado esta clásula para controlar los precios de reventa y, especialmente, para mantener las diferencias de precios en distintos Estados miembros.

(31) e) La prohibición de hacer publicidad para los aparatos Grundig ofreciendo precios sin entrega a domicilio o de autoservicio se justifica por el hecho de que los acuerdos de distribución selectiva Grundig obligan a todos los revendedores a prestar determinados servicios de asesoramiento y de postventa. De acuerdo con estas obligaciones, los revendedores no están autorizados para desarrollar una política comercial que, en principio, no englobaría dichos servicios. De hecho, cuando en el caso de aparatos Grundig un revendedor anuncia u ofrece tales precios, considera que los clientes renuncian a dichos servicios de postventa. Por ello la exclusión negociada de dichos servicios viene motivada por las condiciones de consentimiento de orden cualitativo. Por otro lado, no se debe temer que el distribuidor se aleje generalmente de una política comercial incluyendo dichos servicios a la clientela salvo si así se lo solicita expresamente el cliente. En dicho supuesto, el contrato de distribución selectiva Grundig no prohíbe al distribuidor rebajar al cliente el precio del aparato, teniendo en cuenta los menores costes.

(32) f) En cuanto a los mayoristas, la prohibición genérica de suministrar a consumidores finales y la obligación, cuando suministran a empresas industriales o comerciales, de hacerles firmar una declaración que acredite la utilización de los productos adquiridos para fines profesionales, también está justificada desde un punto de vista objetivo, dado que su finalidad es garantizar la correcta distribución de funciones entre mayoristas y minoristas y evitar que se perturbe el juego de la competencia en perjuicio del minorista. En contra de las observaciones formuladas por terceros, ha de señalarse que no es justo limitar la firma de la declaración a aquellos productos que, por su naturaleza, no son directamente utilizables para fines profesionales por parte del cliente, es decir, a los productos considerados ajenos a la explotación comercial. También en el caso de los productos de uso comercial existe el peligro de que se utilicen para fines estrictamente privados, ajenos a la explotación comercial —por ejemplo, que se cedan a familiares o amigos del responsable de la empresa—, de forma que el control mediante la firma de tal declaración, que es perfectamente exigible a los clientes industriales o comerciales, está plenamente justificado.

(33) g) El procedimiento de admisión y de exclusión de mayoristas y minoristas resulta también intachable, teniendo en cuenta que la respuesta a una solicitud de admisión se proporciona dentro del razonable plazo de cuatro semanas, que la resolución regular sólo está prevista para el conjunto del sistema de distribución y que la rescisión por un motivo importante o la suspensión del suministro en caso de infracción de las normas de competencia sólo pueden ser decididas cuando los correspondientes hechos no sean rebatidos o medie resolución judicial.

(34) Las cláusulas destinadas a garantizar la distribución selectiva a través de mayoristas y minoristas con formación técnica, que pueden prestar servicios de

asesoramiento y postventa —y están dispuestos a hacerlo— no pueden, ante la situación actual del mercado y de la competencia en el sector de los aparatos de electrónica de consumo, obstaculizar significativamente la competencia entre fabricantes o comerciantes, sino que forman parte integrante de un sistema de distribución compatible con el apartado 1 del artículo 85. Como el sector de los aparatos de electrónica de consumo se caracteriza por una intensa competencia entre fabricantes y por la existencia de distintos sistemas de distribución y de una gran competencia en el plano comercial, Grundig, contando con las cuotas de mercado de Philips, no tiene capacidad de restringir el juego de la competencia en el plano comercial.

2. *Cláusulas contractuales que restringen la competencia*

(35) Por el contrario, los contratos contienen algunas cláusulas que exceden de la mera imposición a los comerciantes de exigencias de calidad o de obligaciones respecto a la misma y, por lo tanto, entran en el ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 85. Se trata de la obligación, por parte de los minoristas, de disponer de una gama de productos Grundig lo más completa posible, en función del tamaño del establecimiento o de la sección, y de disponer en existencia de una muestra representativa de los productos Grundig, así como de la obligación, por parte de los mayoristas, de vender y tener en existencia, en la medida de lo posible, toda la gama de productos Grundig. Estas obligaciones exceden de los límites necesarios para garantizar una correcta distribución, y exigen a los comerciantes la adopción de medidas de promoción de ventas, limitando, como consecuencia de ello, su libertad a la hora de fijar su política comercial. Estas obligaciones representan, por lo tanto, restricciones de la competencia que, teniendo en cuenta el ámbito comunitario del sistema de distribución Grundig, pueden tener repercusiones sobre el comercio entre los Estados miembros que, a su vez, pueden ser significativas, considerando las cuotas de mercado de Grundig.

II. Apartado 3 del artículo 85

Los contratos suscritos con mayoristas y minoristas especializados que sirven de base al sistema de distribución Grundig en la Comunidad cumplen los requisitos del apartado 3 del artículo 85.

1. *Mejora de la distribución de los productos*

(36) Las obligaciones impuestas a mayoristas y minoristas, junto con los requisitos de los establecimientos especializados en la venta de productos Grundig, contribuyen a mejorar la distribución de dichos productos. Los criterios de especialización garantizan que los productos Grundig sólo sean distribuidos por comerciantes que posean instalaciones y un personal adecuados, lo que permite un mayor grado de racionalidad y de eficacia en la distribución. Las obligaciones de los comerciantes con respecto al almacenamiento y la venta de toda la gama de productos Grundig garantizan que la empresa se pueda apoyar en una amplia red de distribuidores autorizados, dispuestos a comprometerse activamente en la distribución de los productos, favoreciendo su comercialización.

2. *Participación equitativa de los consumidores en las ventajas del sistema*

(37) Las ventajas asociadas al sistema de distribución, especialmente la garantía de un asesoramiento de calidad y de un servicio postventa eficaz, la oferta por mayoristas y minoristas de una amplia gama de productos y la mayor capacidad de suministro benefician directamente al consumidor. Teniendo en cuenta la continua evolución técnica del sector, un buen asesoramiento y un servicio de instalación de los aparatos en el punto de destino son factores de gran importancia para la mayoría de los consumidores, sin que por ello aumente significativamente el precio de compra o desaparezca la competencia de precios entre los comerciantes. Los folletos publicitarios de los fabricantes, los anuncios en publicaciones especializadas o de consumidores y las instrucciones de uso sólo constituyen sustitutivos imperfectos de un servicio basado en la relación personal con el vendedor especializado y en la instalación y los consejos sobre el manejo del aparato. Aunque los consumidores estén cada vez mejor informados y particularmente en la innovación técnica, muchos consumidores conceden cada vez más importancia al servicio prestado por los distribuidores especializados y autorizados en el marco del sistema de distribución Grundig. Además, existen en el mercado suficientes aparatos similares y competidores, producidos por diversos fabricantes, y comercializados mediante canales de distribución diferentes, tales las formas de venta sin entrega o en autoservicio. Los consumidores disponen de la posibilidad de escoger entre dos formas de distribución, según prefieran un mejor servicio o precios más económicos. La inclusión de toda la gama de productos Grundig es útil para informar y asesorar plenamente al consumidor, y las existencias de mayoristas y minoristas garantizan el suministro de los productos.

3. *Necesidad de las restricciones de la competencia*

(38) Las cláusulas restrictivas de la competencia que contiene el sistema de distribución de Grundig son imprescindibles para hacer realidad las ventajas antes mencionadas. Ha de tenerse en cuenta que no se trata de saber si los productos también podrían

ser distribuidos de otro modo, sino de determinar si el modelo de distribución de los fabricantes, considerado positivo habida cuenta del apartado 3 del artículo 85, exige restringir la competencia. La respuesta, en lo que respecta a las obligaciones contractuales objeto de análisis, es afirmativa. Grundig realiza costosas inversiones relacionadas con el asesoramiento de los distribuidores, en formación y suministro de material informativo y publicitario. Estas inversiones, que contribuyen a mejorar la distribución de los productos y el asesoramiento y la información de los consumidores, sólo se justifican desde el punto de vista económico si los comerciantes especializados no se limitan a vender una pequeña cantidad de productos Grundig, sino que abarcan el conjunto de la gama de productos. Como la importancia de las existencias y del programa de ventas que se deben exponer se establece en función del tamaño del establecimiento, las exigencias, sobre todo con respecto a los pequeños comercios, no son irrazonables.

4. *Imposibilidad de eliminar la compentencia*

(39) Los contratos que constituyen la base del sistema de distribución, especialmente las cláusulas sobre promoción de ventas, no ofrecen a Grundig la posibilidad de eliminar la competencia con respecto a una parte sustancial del mercado de aparatos de electrónica de consumo. En cuanto a la competencia con otros fabricantes, los contratos no tienen efectos significativos, dado que las cláusulas contractuales no impiden a los comerciantes distribuir o vender productos de otros fabricantes. Por el contrario, en cuanto a la competencia comercial, los contratos permiten que haya competencia entre comerciantes autorizados, tanto mayoristas como minoristas, en todo el territorio comunitario. Los comerciantes tienen libertad para fijar los precios y, además, pueden elegir la oferta más ventajosa a la hora de comprar sus productos, habida cuenta de que los suministros entre comerciantes autorizados en todo el territorio comunitario están permitidos.

(40) Por lo demás, ante la intensa competencia que caracteriza el sector de los aparatos de electrónica de consumo, Grundig —teniendo en cuenta su vinculación a Philips— no alcanza cuotas de mercado suficientes para eliminar la competencia en el plano comercial. Al contrario, está expuesta a una gran presión competitiva, especialmente por parte de los fabricantes asiáticos, que ha dado lugar a una reducción de sus cuotas de mercado.

(41) Por último, tampoco se elimina la competencia en el plano comercial debido a la existencia de numerosos sistemas de distribución del mismo tipo, dado que una gran parte de los fabricantes comercializa sus productos sin recurrir a acuerdos de distribución. Por este motivo, tampoco existe el peligro de que queden excluidos de la venta de este tipo de productos determinados tipos de establecimiento, como las grandes superficies o los autoservicios mayoristas y minoristas.

III. Artículos 6 y 8 del Reglamento nº 17

(42) Además, en el presente caso se cumplen los requisitos de exención, y Grundig, antes de la expiración de la misma, ha presentado en forma una solicitud de prórroga; por consiguiente, a la luz de lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 8 del Reglamento nº 17, dicha exención puede ser prorrogada, con efectos a partir del 29 de marzo de 1989. Teniendo en cuenta la estructura del mercado del sector económico considerado y la participación e importancia de Grundig en el mismo, la prórroga puede concederse por un período de diez años, es decir, hasta el 28 de marzo de 1999.

Con objeto de permitir a la Comisión verificar si no se han modificado los elementos en que basó su apreciación y comprobar que Grundig no aplica los criterios de admisión al sistema de distribución de forma discriminatoria ni abusa de su derecho de inspección de los datos relativos a las ventas de los comerciantes, se insta a dicha empresa para que, con carácter anual, presente informes a la Comisión sobre la incorporación de nuevos comerciantes al sistema de distribución y sobre el ejercicio de sus poderes de inspección,

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

Artículo 1

De conformidad con el apartado 3 del artículo 85 del Tratado CE, las disposiciones del apartado 1 del artículo 85 se declaran inaplicables a los siguientes acuerdos:

— acuerdo de distribución Grundig en la Comunidad para el comercio mayorista

y

— acuerdo de distribución Grundig en la Comunidad para el comercio minorista.

El período de validez de la exención abarcará el período comprendido entre el 29 de marzo de 1989 y el 28 de marzo de 1999.

Artículo 2

La empresa Grundig AG presentará a la Comisión, con carácter anual, y, por vez primera el 31 de diciembre de 1993, informes sobre los casos en los que

— haya denegado o retirado a un mayorista o minorista la condición de comerciante autorizado Grundig o haya decidido la suspensión de los suministros;

— haya exigido examinar el registro de un comerciante autorizado Grundig para controlar los números de serie,

y justificará objetivamente su inspección en cada caso.

Artículo 3

El destinatario de la presente Decisión será:

Grundig AG
Kurgartenstraße 37
D-90762 Fürth

Hecho en Bruselas, el 21 de diciembre de 1993.

Por la Comisión
Karel VAN MIERT
Miembro de la Comisión