



## **RESOLUCION (Expte. 04/2011, DISTRIBUCION PRENSA BIZKAIA)**

### **Pleno**

D. Joseba Andoni Bikandi Arana, Presidente  
D. Juan Luis Crucelegui Gárate, Vicepresidente  
Dña. María Pilar Canedo Arrillaga, vocal  
Secretario: José Antonio Sangroniz Otaegi

En Vitoria-Gasteiz, a 30 de diciembre de 2011

El Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia (TVDC), con la composición ya expresada y siendo Ponente D. Antón Bikandi Arana, ha dictado la siguiente Resolución en el Expediente 04/2011, DISTRIBUCION PRENSA BIZKAIA, iniciado por el Servicio Vasco de Defensa de la Competencia (SVDC) como consecuencia de denuncia interpuesta por D. Joaquín Carrasco Maroto, en nombre y representación de la ASOCIACION DE EXPENDEDORES DE PRENSA Y REVISTAS DE BIZKAIA, por supuestas conductas prohibidas por la Ley de Defensa de la Competencia,

### **ANTECEDENTES DE HECHO**

1. En fecha 2 de junio de 2011 tuvo entrada en el registro del Servicio Vasco de Defensa de la Competencia (en adelante SVDC) la denuncia presentada por Joaquín Carrasco Maroto, en nombre y representación de la ASOCIACIÓN DE EXPENDEDORES DE PRENSA Y REVISTAS DE BIZKAIA.
2. En la citada denuncia se manifestaba lo siguiente:

BERALAN, S.L. es una importante empresa dedicada a la distribución de publicaciones y revistas de Bizkaia, que se ocupa de la distribución de determinados títulos en exclusiva -El Correo, El País, El Mundo, Diario Montañés, La Razón, ABC, Cantera, todos los deportivos y las revistas del grupo Z- por lo que los vendedores integrados en la Asociación recurrente han de acudir forzosamente a la misma para aprovisionarse y ofrecer a los usuarios esas publicaciones, lo que sitúa a la demandada en una posición indiscutible de dominio.



La distribuidora suscribe con los puntos de venta un contrato de suministro donde se determinan sus obligaciones: fianza, forma de pago, etc.

Varios quioscos ubicados en Bizkaia realizan lo que se denomina “subdistribución” con conocimiento y beneplácito de la distribuidora. Así, dichos expendedores de prensa proporcionan a panaderías del entorno el material a cambio de una comisión, convirtiéndose también en distribuidoras. Se crea un mercado conexo –el de las panaderías– que compite en desigualdad de condiciones pues no pagan canon al ayuntamiento, no depositan fianza a la distribuidora, no abonan por segunda actividad, entre otras.

BERALAN, S.L. establece unas condiciones generales para contratar sus servicios, pero sin embargo beneficia y favorece a aquellos que de manera subrepticia compran un volumen de periódicos superior al que puede absorber a través de su venta para colocarlos a terceros ajenos a dicha actividad. Este último se lucra, evitando cumplir las mismas obligaciones que el punto de venta autorizado por la distribuidora, y ello supone una desventaja competitiva en estos últimos.

Como consecuencia de dicha conducta las pérdidas económicas sufridas por varios puntos de venta han sido considerables, llevando en algunos casos incluso al cese de actividad.

Considera que los hechos descritos tienen su encaje en el artículo 2.d) de la Ley de Defensa de la Competencia, según el cual queda prohibida la explotación abusiva por una o varias empresas de su posición de dominio en todo o en del mercado nacional; en particular considera que se están aplicando condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que colocan a unos competidores en situación desventajosa frente a otros.

3. En fecha 15 de junio de 2011, por Resolución del Director de Economía y Planificación, se acordó iniciar información reservada, previa a la incoación, en su caso, del correspondiente expediente sancionador, con el fin de constatar la veracidad de los hechos denunciados, de acuerdo con lo establecido en el artículo 49.2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.
4. En fecha 28 de septiembre de 2011 el SVDC solicitó la siguiente información a BERALAN, S.L.:
  - “Señale los productos que distribuye su empresa y si esa distribución la realiza en exclusiva.
  - Señale la zona geográfica en la que distribuye sus productos.
  - Listado de los puntos de venta autorizados por su empresa.



- Copia del contrato de suministro tipo suscrito por Beralan, S.L. con los puntos de venta de prensa y revistas.
  - Apórtese, en su caso, cualquier otro documento que regule la relación comercial entre Beralan, S.L. y los puntos de venta autorizados.
  - Señale si permite a los puntos de venta autorizados la subdistribución de la prensa. En caso afirmativo, justifíquese.”
5. En fecha 11 de octubre de 2011, tuvo entrada en el SVDC el escrito remitido por BERALAN, S.L. en el que se incluía la información solicitada y se manifestaba lo siguiente:

*“BERALAN,S.L. a día de hoy no entra a regular la organización ni la forma de articular sus ventas sus empresas clientes; si sus ventas se reducen a las que realizan en el establecimiento que le ha sido designado a BERALAN,S.L., único que le consta, o si se amplían a puntos desplazados de aquél, sean asimismo propiedad del cliente o propiedad de terceros; si venden y entregan sólo en el establecimiento o si hacen entregas del producto en el domicilio del destinatario final, etc.*

*La relación que, en su caso, pueda existir entre un cliente de BERALAN, S.L. y un punto de venta desplazado del establecimiento de aquél propiedad de un tercero, estará regulado por los pactos que entre ellos puedan establecer, ajenos y desconocidos para BERALAN, S.L., que ni siquiera conoce la identidad de dichos terceros ni la ubicación desplazada, si es que realmente existen. Por ello, BERALAN, S.L. suministra, entrega la mercancía y recoge las devoluciones, en un único punto o establecimiento, el designado por el cliente. Únicamente atiende (atrasos, promociones, reclamaciones, etc.) al cliente, y únicamente factura y cobra al propio cliente, con lo que no establece condiciones diferentes de venta a sus clientes en razón del volumen de compra que estos le realicen. Por tanto, el mayor volumen de compras de un cliente no altera las condiciones de contratación, siendo cree mi mandante evidente que cualquier pacto que el cliente pueda realizar con terceros, si es que realmente lo realiza, lo será, en todo caso, a costa de su margen comercial, y sin que de ello mi mandante, en caso de existir, tenga la impresión de que se produzca ventaja alguna y la seguridad de que no es fruto de una práctica de BERALAN,S.L.”*

6. En fecha 2 de noviembre de 2011 el Director de Economía y Planificación remitió a este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia Propuesta de Resolución elaborada por el Servicio Vasco de Defensa de la Competencia. A través de la misma el SVDC propone a este TVDC el archivo de la denuncia y la no incoación de expediente sancionador con relación a la conducta denunciada.
7. El Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia ha deliberado y fallado sobre el asunto en su reunión de 30 de diciembre de 2011, siendo ponente D. Joseba Andoni Bikandi Arana.



## FUNDAMENTOS DE DERECHO

8. La Ley 15/2007, de 3 de julio de Defensa de la Competencia, prescribe en su artículo 49.3 que la Comisión Nacional de la Competencia, a propuesta de la Dirección de Investigación podrá acordar no incoar los procedimientos derivados de la presunta realización de las conductas prohibidas por los artículos 1, 2 y 3 de la meritada Ley de Defensa de la Competencia y el archivo de las actuaciones cuando considere que no hay indicios de infracción de la misma.
9. De acuerdo con la disposición adicional octava de la Ley de Defensa de la Competencia las referencias contenidas en la misma a la Comisión Nacional de la Competencia y a sus órganos de dirección relativas a funciones, potestades administrativas y procedimientos se entenderán también realizadas a los órganos de instrucción y resolución correspondientes de las Comunidades Autónomas con competencia en la materia cuando las mismas se refieran a las competencias correspondientes al artículo 13 de de la referida Ley de Defensa de la Competencia.
10. En lo que se refiere a esta Comunidad Autónoma de Euskadi, el Decreto 81/2005, de 12 de abril, modificado por el Decreto 36/2008, de 4 de marzo de modificación del Decreto de creación del Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia y de asignación de funciones del Servicio de Defensa de la Competencia en la Comunidad Autónoma de Euskadi, distingue, por una parte, el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia, y, por otra, el Servicio Vasco de Defensa de la Competencia, los cuales deberán ajustarse en lo que respecta a sus funciones a lo establecido por la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia. En este sentido, compete al Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia dictar la resolución con relación al archivo de las actuaciones cuando considere que no hay indicios de infracción de la misma, y ello de acuerdo con el artículo 44 de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia.
11. La denunciante manifiesta que la distribuidora se encuentra en posición de dominio, pues realiza la distribución de determinados títulos en exclusiva — *El Correo, El País, El Mundo, Diario Montañés, La Razón, ABC, Cantera*, todos los deportivos y las revistas del Grupo Z— por lo que los miembros de la Asociación han de acudir forzosamente a la misma para aprovisionarse y ofrecer a los usuarios esas publicaciones.

La meritada Asociación Profesional expresa que la mercantil BERALAN, S.L. conoce y consiente que algunos quioscos ubicados en Bizkaia, a los que distribuye prensa, a su vez “subdistribuyen” prensa a panaderías del



entorno a cambio de una comisión. A juicio de la denunciante ello infringe el artículo 2.2.d de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia, toda vez que abusa de su posición dominante al aplicar , en las relaciones comerciales o de servicios, condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloca a unos competidores en situación de desventaja frente a otros.

- 12.** La propuesta de resolución del SVDC establece que, a la vista de los hechos objeto de denuncia, no se observa en los mismos indicios de infracción a los preceptos de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia, motivo por el cual propone a este TVDC la no incoación de procedimiento sancionador.

Los argumentos en los que fundamenta el SVDC su propuesta de resolución, pueden ser resumidos en los siguientes puntos:

- a) La conducta denunciada consiste en el pacto o contrato que han establecido dos comerciantes a través del cual uno se compromete a entregar al otro un número determinado de periódicos y/o revistas, quien los venderá a cambio de recibir una comisión.
- b) En el contrato que suscribe BERALAN, S.L. con cualquiera de los titulares de los puntos de venta (kioscos, librerías, estancos, gasolineras, etc....) no se establece ninguna cláusula que prohíba o penalice la “subdistribución”. BERALAN no prohíbe y ni tan siquiera exige los productos que ella distribuye sean vendidos, en puntos de venta autorizados. La distribuidora no regula ni la organización ni la forma de articular sus ventas por parte de las empresas clientes.

Las condiciones comerciales que aplica BERALAN a cualquiera que desee tener la condición de cliente suyo, con el fin de vender la prensa y revistas que la citada mercantil pone a su disposición, son idénticas. En lo que respecta al aval o fianza que los puntos de venta deben constituir en garantía del cumplimiento de sus obligaciones frente a la citada mercantil distribuidora, varía en función de la cantidad del número de ejemplares de prensa y revistas que la mercantil pone a disposición.

- c) Quien “subdistribuye” gana una cantidad mayor de lo que ganaría de vender solamente la cantidad de prensa/revistas que le proporciona el punto donde se ubica y, por otra parte, con que el “subdistribuido”, gana menos de lo que percibiría si optase por suscribir un contrato directamente con BERALAN, S.L.

- 13.** Este TVDC comparte plenamente la propuesta de resolución elevada por el SVDC, así como su fundamentación, y ello por los razonamientos que se pasan a exponer.



14. Desde la Sentencia *United Brands*, el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas (TJCE) ha venido definiendo la posición dominante como “una posición de fortaleza económica mantenida por una empresa, que le proporciona el poder de obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado de referencia, proporcionándole la posibilidad de comportarse en buena medida con independencia de sus competidores, clientes y, en último extremo, de los consumidores.”<sup>1</sup>

La existencia una posición de dominio es compatible con la existencia de una cierta competencia, pero permite a la empresa dominante una influencia apreciable sobre las condiciones en las que se desarrolla esta competencia<sup>2</sup>.

En la Ley de Defensa de la Competencia, el artículo 2 reproduce de forma prácticamente literal el contenido del artículo 82 TCE (art 102 TFUE). El extinto Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) y la CNC han interpretado el concepto de posición dominante de conformidad con la práctica decisonal y jurisprudencia comunitaria relativa al artículo 82 TCE (art. 102 TFUE). En su Resolución *Bacardí* de 1999, el extinto TDC adoptó, en el ámbito de la LDC, la definición de posición dominante enunciada por el TJCE en la Sentencia *United Brands*.

15. La empresa BERALAN, S.L. (En adelante BERALAN) es una empresa dedicada a la distribución de publicaciones y revistas. Dicha distribución la realiza en el ámbito territorial de Bizkaia en exclusiva respecto de prensa y revistas con una alta difusión, tales como El Correo, El País, El Mundo, Marca, Mundo Deportivo etc.....No cabe duda que en el ámbito de exclusividad de distribución de prensas y revistas la mercantil BERALAN goza de posición de dominio, una posición monopolística, de forma y manera que es la única oferente de las publicaciones con mayor tirada en el Territorio Histórico de Bizkaia. El extinto Tribunal de Defensa de la Competencia<sup>3</sup>, y la actual CNC<sup>4</sup>, señalan que las empresas distribuidoras en exclusiva se encuentran en posición dominante.

Ello supone que el distribuidor no tiene competidores y que el vendedor no cuenta con una oferta alternativa y tiene que tratar con una única distribuidora para abastecerse de las publicaciones de su fondo editorial.

<sup>1</sup> Sentencia del TJCE, de 14 de febrero de 1978, Asunto 27/76, *United Brands Company c. Comisión*, apartado 65.

<sup>2</sup> Sentencia del TJCE, de 13 de febrero de 1979, Asunto 85/76, *Hoffmann – La Roche c. Comisión*, apartado 45: “La posición de dominio definida de esta forma no impide el desarrollo de una cierta competencia, como sería el caso de una situación de monopolio o cuasi-monopolio, pero permite a la empresa que se beneficia de la misma, si no determinar, sí al menos tener una influencia apreciable sobre las condiciones en las que se desarrolla dicha competencia y, en cualquier caso, actuar en gran medida sin tenerla en consideración”.

<sup>3</sup> Resolución de 10 de febrero de 2004 Tribunal de Defensa de la Competencia. Expte. R 564/03, DISTRIBUIDORA PEÑA SAGRA..

<sup>4</sup> Resolución de 30 de junio de 2011. Expte. SA Can 0009/10 DISTRIBUCION PRENSA Y REVISTAS.



16. Debe recordarse en este punto, tal y como ha venido señalando reiteradamente la doctrina del Tribunal de Justicia de la Unión Europea y la doctrina jurisprudencial del Tribunal Supremo, el hecho que una empresa tenga una posición dominante no es por sí mismo un reproche sino que simplemente significa que, sin tener en cuenta las razones por las que tiene esa posición dominante, la empresa en cuestión tiene una responsabilidad especial para evitar que su conducta impida una competencia genuina y no falsificada en el mercado.<sup>5</sup>

En el caso planteado por la denunciante, se trata de valorar si la mercantil BERALAN desde su posición de dominancia en el mercado de distribución en exclusiva de la prensa y revistas que integran su fondo editorial, ha observado esa responsabilidad especial para evitar que su conducta impida una competencia genuina o, por el contrario, ha abusado de su posición de dominio en sus relaciones contractuales con los vendedores de prensa.

17. La distribuidora BERALAN para hacer llegar a los consumidores el mayor número de ejemplares de prensa y revistas que distribuye en exclusividad, contrata con terceros la venta de dicho producto. Dichos terceros son denominados puntos de venta, con los que BERALAN establece una relación mercantil de suministro de prensa y revistas integradas en el fondo de la citada mercantil. Los puntos de venta no gozan de una cualidad homogénea. Ostentan dicha cualidad los tradicionales kioscos de prensa, tal y como señala la denunciante, pero no sólo ellos sino también establecimientos tan variados como establecimientos de hostelería, estaciones de servicio, Estancos, Tiendas de Conveniencia, etc.....

En este sentido debe precisarse que el concepto de punto de venta de prensa y revistas no sólo cabe identificarlo con los tradicionales kioscos de prensa, sino también con una variedad de establecimientos que van desde gasolineras, estancos, tiendas de conveniencia, establecimientos de hostelería, etc., incluso panaderías, que permiten al consumidor un mejor acceso del producto. En este sentido no cabe más que realizar una consideración favorable desde la perspectiva de competencia, toda vez que la mercantil BERALAN en posición de monopolio en lo que respecta a la distribución en exclusiva de la prensa y revistas de su fondo editorial no establece restricciones a aquellos que quieren el suministro de dicho producto para su comercialización. Téngase en cuenta, además, que las condiciones del contrato de suministro que celebra la mercantil BERALAN, S.L. con los denominados puntos de venta son homogéneos para todos ellos, en la medida que establece las mismas condiciones jurídico y económicas a todos los que quieren adquirir tal condición.

---

<sup>5</sup> Sentencias del Tribunal Supremo de 11 de noviembre de 2009 y de la Audiencia Nacional de 21 de abril de 2008.



En efecto, la mercantil denunciada a fin de hacer llegar al consumidor el mayor número de ejemplares de prensa y revistas de su fondo editorial distribuido en exclusividad, concierta un contrato mercantil de suministro con una pluralidad de puntos de venta extendidos por todo el Territorio Histórico de Bizkaia, sin que en dicha relación jurídica anude la condición de exclusividad a cada punto de venta para llevar a cabo la venta del producto, y tampoco establezca prohibición o cláusula penal alguna en el supuesto de que el punto de venta se sirva de terceros distintos de los denominados puntos de venta concertados para llevar a efecto la venta de prensa y revistas. Esto es, la distribuidora BERALAN teje una red comercial de puntos de venta en todo el Territorio Histórico, con los que establece una relación contractual de suministro, en la cual asume la obligación de suministro y retirada de los ejemplares no vendidos por el punto de venta, así como de la satisfacción de una comisión en función del número y/o categoría del producto vendido. Por otro lado, los puntos de venta asumen la obligación de apertura del puesto todos los días que haya prensa, la constitución de una fianza, obligación de venta de los ejemplares que le ponga a su disposición, y el cobro de una comisión por los ejemplares vendidos.

Además, los denominados puntos de venta de prensa y revistas no gozan de exclusividad en la comercialización de los productos distribuidos por BERALAN. En efecto, la distribuidora de prensa y revistas deja libertad a los puntos de venta para llevar a efecto la venta de la prensa y revistas que le suministra BERALAN, y ni organiza ni determina cómo debe realizar dicha operación, y ni siquiera establece que deba ser realizada plena o parcialmente a través del mismo. No obstante lo cual, sí deja claro que las responsabilidades jurídicas y económicas en lo que respecta al producto objeto de comercialización las concentra exclusivamente en los puntos de venta. Además, interesa recordar, que los denominados puntos de venta no adquieren en firme la prensa y revistas suministradas por BERALAN, sino que pueden devolver todo aquel género que no vendan, de manera que no corren el riesgo de otros operadores mercantiles de quedarse con invendidos a los que no pueda dar salida.

Por ello, la distribuidora no fija a los puntos de venta prohibición o limitación a ninguno de los puntos de venta que concierte, siendo no obstante éstos en todo caso responsables desde el punto de vista jurídico y económico frente a BERALAN.

- 18.** Es indudable, *tal y como ha señalado la Comisión Nacional de la Competencia en la Resolución de 30 de junio de 2011 DISTRIBUCION PRENSA Y REVISTAS, esta en el interés de estas empresas tener una red de distribución competitiva que les permita distribuir su producto en las mejores condiciones.* “

Además, tal y como sigue señalando la referida Resolución,



*“...., no resulta reprobable desde un punto de vista de competencia que un distribuidor con posición de dominio seleccione los puntos de venta minorista, siempre que lo haga en base a criterios objetivos y razonables desde el punto de vista económico y no se restrinja la competencia en el mercado minorista de forma arbitraria y contraria al interés general.”*

19. Del expediente analizado por este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia, en modo alguno se produce una denegación de suministro por parte de la distribuidora a los puntos de venta. Asimismo, tampoco se cuestiona en la denuncia la selección objetiva y razonable desde el punto de vista económico de los puntos de venta.

Lo único que se cuestiona y la denunciante lo estima como un abuso de posición dominante, es el hecho de que los puntos de venta contratados por BERALAN puedan subcontratar con terceros la venta de la prensa y revistas que le suministra para su venta, con unas condiciones diferentes a los de los puntos de venta. En concreto, abuso de posición dominante por aplicar en las relaciones comerciales condiciones desiguales para prestaciones equivalentes.

Este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia no puede compartir dicha consideración jurídica, toda vez que la distribuidora BERALAN establece el contrato de suministro tan sólo con los denominados puntos de venta, y sólo con ellos rigen las relaciones jurídicas y económicas derivadas del mismo. En tal sentido, y como consecuencia de la celebración del contrato de suministro entre las partes, los puntos de venta deberán establecer una fianza para el aseguramiento de las responsabilidades pecuniarias contraídas a consecuencia de los stock de material-prensa que la distribuidora le tiene anticipado en depósito para su venta, elegir la forma de transporte del producto, domiciliación bancaria del pago de facturas. Por el contrario, la distribuidora debe poner a disposición para su venta la prensa y revistas de su fondo editorial que le solicite, recoger el producto no vendido y el pago de la comisión derivada de la venta.

Hasta aquí no cabe realizar ningún reproche desde la perspectiva de la defensa de la competencia en lo que respecta a las relaciones mercantiles entre la distribuidora y los puntos de venta, toda vez que de lo analizado no se observa una conducta que altere o viole la responsabilidad con la que el monopolista debe gestionar su posición de dominio, y con ello la vulneración del artículo 2.2. d de la Ley de Defensa de la Competencia. En virtud del contrato tipo de suministro de prensa todos los clientes de BERALAN tienen las mismas condiciones comerciales, y ninguna de ellas debe reputarse como exorbitante en detrimento de la competencia en el seno del mercado.



- 20.** La denunciante estima que el reproche jurídico desde la perspectiva de la defensa de la competencia debe recaer sobre la distribuidora en la medida que permite o tolera la venta del producto exclusivo por agentes comerciales que carecen de la condición de punto de venta, al vulnerar el artículo 2 de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia. No cabe compartir el argumento esgrimido por la denunciante. En este sentido este TVDC debe señalar que la relación mercantil de suministro sólo la entabla BERALAN con los denominados puntos de venta, la distribuidora no determina ni pacta con el punto de venta las vías de comercialización, es mas se encuentra al margen de las relaciones jurídicas que establezcan dichos puntos de venta con terceros, si bien no las prohíbe ni penaliza. El único responsable de la venta del producto frente a BERALAN es el que adquiere la condición de punto de venta, y frente a este y no otros asume sus obligaciones jurídicas y económicas. En el supuesto de que el punto de venta busque la colaboración de terceros para llevar a cabo la venta del producto que le ha suministrado BERALAN, dichas relaciones son ajenas a ésta y desde el punto de vista económico el subcontratado participa del margen comercial del punto de venta.
- 21.** Tampoco cabe compartir la aseveración esgrimida por la denunciante cuando señala que se esta creando un mercado conexo en el mercado de venta de prensa y revistas, como es el de las panaderías, favoreciendo que las mismas concurren en el mercado de venta de diarios en desigualdad de condiciones.

En primer lugar, debe señalarse, como ya se ha observado en párrafos anteriores, el concepto de punto de venta no equivale exclusivamente a kiosco de prensa, toda vez que permite la inclusión en el mismo de otro tipo de establecimientos, como son, entre otros, las panaderías.

Además de poder tener las panaderías la condición de punto de venta, debe señalarse que dicho tipo de establecimiento comercial puede ser subcontratado por los puntos de venta, sin excepción, para la comercialización del producto que le suministra BERALAN, sin que ello suponga un mercado conexo al de venta de prensa y revistas, sino propiamente el mercado de venta de dicho producto. Además pueden ser contratados para tal fin, no sólo panaderías, sino también establecimientos de hostelería, estancos, etc..., y sin que ello permita considerar la existencia de diferentes mercados de venta de prensa y revistas en función del carácter del comercializador (Panadería, Bar, tienda de conveniencia, estación de servicio,...), sino tan sólo de un mercado como es el de venta de prensa y revistas integrantes del fondo editorial de BERALAN.

Por último señalar, que si los denominados puntos de venta subcontratan con terceros la comercialización de prensa y revistas del fondo editorial que les suministra BERALAN, no cabe entender que existan prestaciones equivalentes entre el subcontratante y subcontratado.



**22.** La jurisprudencia reconoce la posibilidad de que un abuso producido en el mercado dominado deje sentir sus efectos en otro mercado (Tetra Pak Internacional S.A. contra Comisión CE, Asunto C-333/94). En particular, el abuso en mercados conexos se produce cuando una empresa con posición de dominio en un mercado desarrolla una conducta que le permite extender su posición a otro mercado o reforzar la que tiene. Para que esto suceda deben concurrir ciertos requisitos: a) La empresa en cuestión debe tener posición de dominio sobre un bien para el que no hay sustitutivos efectivos; b) La conexión entre ambos mercados debe ser estrecha, de tal forma que desde el mercado dominado se pueda realmente afectar a la competencia en el mercado conexo y c) Debe ser factible que la empresa dominante extienda su poder al mercado conexo de tal forma que la competencia se debilite.

Si bien es verdad que BERALAN S.L. ostenta una posición de dominio en la distribución mayorista de publicaciones periódicas, revistas y prensa integrantes de su fondo editorial, no cabe argumentar que a través de los contratos de suministro de prensa y revista que concierta con los puntos de venta cuyas condiciones han sido arriba reproducidas quiera extender su posición de dominio en un mercado como es el de venta de prensa y revistas en que voluntariamente ha renunciado a estar presente, al no integrarse verticalmente en el mismo, y concertar con terceros la enajenación de dicho producto, sin restricción o prohibición alguna, mas allá del estricto cumplimiento de las condiciones contractuales que ligan a las partes para el suministro y venta de dicho producto. Siendo así las cosas, no cabe hablar de abuso de posición de dominio alguno de BERALAN en el mercado de venta de prensa y revistas, y menos aún en el seno de las relaciones jurídico económicas internas que los puntos de venta adquieran con terceros, respecto de los cuales la posición de BERALAN es absolutamente ajena.

**23.** No existiendo indicios de prácticas restrictivas de la competencia prohibidas por el artículo 2 de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia, este Pleno del TVDC considera ajustada a Derecho la Propuesta de Archivo de actuaciones realizadas con relación al expediente tramitado en el SVDC 7/2011, DISTRIBUCION PRENSA BIZKAIA.



## RESUELVE

**UNICO:** Estimar la Propuesta de Resolución del Servicio Vasco de Defensa de la Competencia de no incoación de expediente sancionador.

Comuníquese esta Resolución al SVDC y a la Comisión Nacional de Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que pueden interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo Contencioso Administrativo del Tribunal Superior de Justicia del País Vasco, en el plazo de dos meses a contar desde su notificación.

En Vitoria-Gasteiz a 30 de diciembre de 2011

**EI PRESIDENTE**  
**JOSEBA ANDONI BIKANDI ARANA**

**EL VICEPRESIDENTE**  
**JUAN LUIS CRUCELEGUI GARATE**

**VOCAL**  
**M<sup>a</sup> PILAR CANEDO ARRILLAGA**

**EL SECRETARIO**  
**JOSE ANTONIO SANGRONIZ OTAEGI**