

RESOLUCIÓN (Expte. 379/96, Relojes Joya)

Pleno

Excmos. Sres:

Petitbò Juan, Presidente

Berenguer Fuster, Vicepresidente

Bermejo Zofío, Vocal

Alonso Soto, Vocal

Hernández Delgado, Vocal

Rubí Navarrete, Vocal

Castañeda Boniche, Vocal

Pascual y Vicente, Vocal

En Madrid, a 13 de mayo de 1998.

El Pleno del Tribunal de Defensa de la Competencia (en adelante, el Tribunal), con la composición expresada al margen y siendo Ponente D. Luis Berenguer Fuster, ha dictado la siguiente Resolución en el expediente 379/96 (1069/94 del Servicio de Defensa de la Competencia) iniciado por denuncia de D. Jorge Vidal Navarro y otros establecimientos de relojería contra Rolex, SMH y Farlabo, por la negativa de venta de piezas de recambio para los relojes que distribuyen.

ANTECEDENTES DE HECHO

- 1.- Entre los días 18 de enero y 8 de febrero de 1994, don Jorge Vidal Navarro, Relojería Montcada S.C.P., Don Juan Clavería Canal, Don Narcís Roca Carreras y Don Andrés Castillo González formulan denuncia ante el Instituto Nacional de Consumo por considerar que la conducta de las empresas Cartier España, S.A., Relojes Rolex de España, S.A., SMH España, S.A. y Farlabo Relojería, S.A. al negarles la venta de piezas de recambio de los relojes distribuidos por ellas constituía una infracción de las normas dictadas en defensa de los consumidores.
- 2.- El día 23 de febrero de 1994, el Instituto Nacional del Consumo remitió estas denuncias a la Dirección General de Defensa de la Competencia por estimar que los hechos denunciados podrían constituir una infracción de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.
- 3.- Al recibir la denuncia, el Servicio de Defensa de la Competencia (en adelante, el Servicio) recaba antecedentes al Instituto Nacional del Consumo y este Centro se dirige a los denunciados para que completen su denuncia, lo cual

hacen éstos remitiendo nuevos escritos directamente a la Dirección General de Defensa de la Competencia. Entre estas respuestas cabe destacar la realizada por Relojería Montcada, S.C.P. en la que amplía su denuncia a las empresas OMTIS, S.A. y Catol, S.A.

- 4.- A la vista de la información obtenida, la Dirección General dicta un Acuerdo el 6 de junio de 1995 por el que procede al archivo parcial respecto de Cartier, SMH (en relación con la marca Omega), Catol y OMTIS, y la continuación del expediente contra Rolex, Farlabo y SMH (en relación con las marcas Rado y Tissot). Este Acuerdo no fue recurrido.
- 5.- El 22 de septiembre de 1995 SMH, S.A. presentó una solicitud de autorización singular para los contratos de distribución selectiva de las marcas Rado y Tissot. El Servicio instruyó el expediente, que fue remitido al Tribunal, que lo devolvió por Auto de 2 de noviembre de 1995, para que fuera acumulado a este expediente sancionador.
- 6.- El Servicio formuló Pliego de Concreción de Hechos por considerar acreditado que SMH (en relación a las marcas Rado y Tissot y hasta la fecha en la que presentó la solicitud), Rolex y Farlabo habían incurrido en conductas prohibidas por el art. 1.1.b) al mantener un sistema de distribución selectiva (mediante acuerdos escritos en el caso de Rolex y verbales en los otros dos supuestos) contrario a la competencia, tanto por la limitación del número de distribuidores como por la prohibición total de abastecimiento, tanto de relojes originales como de piezas.
En el caso de Farlabo, se estimaba que, además, se incurría en una conducta prohibida por el art. 1.1.a) de la L.D.C. por constituir un acuerdo de fijar precios de venta al público.
- 7.- En fecha 27 de marzo de 1996 se formuló el correspondiente informe-propuesta y se remitió el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia. El Tribunal, en fecha 19 de abril, resolvió devolver el expediente al Servicio para que se practicaran las oportunas diligencias encaminadas a determinar si la actuación de los denunciados SMH (en relación con las marcas Rado y Tissot), Rolex y Farlabo con relación a la negativa a vender piezas de recambio de relojes, y el establecimiento de una red selectiva de talleres de reparación, constituían conductas restrictivas de la competencia en el mercado de la reparación de relojes.
- 8.- Como consecuencia de la anterior devolución, el Servicio practicó nuevas diligencias de instrucción. En este período la representación de Farlabo presentó una solicitud de autorización singular para un contrato de autorización selectiva a determinados talleres para la realización de reparaciones en los relojes marca Ebel.

- 9.- Concluida la segunda fase de la instrucción, el Servicio formuló el correspondiente nuevo Pliego de Cargos y en fecha 9 de junio de 1997 realizó un nuevo Informe que concluía con la siguiente propuesta:

*Primero.- Que el TDC declare la existencia de conductas prohibidas imputable a **SMH** al haber infringido el art. 1º de la LDC, al menos en el período de tiempo comprendido entre la entrada en vigor de ésta y el momento en que fueron solicitadas las oportunas Autorizaciones Singulares, por la puesta en funcionamiento de un sistema de distribución selectiva para sus marcas Rado y Tissot.*

*Segundo.- Que el TDC declare la existencia de conductas prohibidas imputable a **Farlabo** al haber infringido el art. 1º de la LDC a partir del 5 de noviembre de 1991 hasta el momento de presentación de la solicitud de autorización singular en esta Dirección General (29.1.97).*

Tercero.- Que se adopten los demás pronunciamientos que se prevén en el artículo 46 para el supuesto de existencia de prácticas prohibidas.

*Cuarto.- Que procede la concesión de Autorización Singular por parte de ese Tribunal, a la solicitud presentada por **SMH**, con la salvedad a la que se hace referencia respecto del artículo 4.3 (d) del contrato aplicable a la marca Rado.*

*Quinto.- Que no procede la concesión de Autorización Singular por parte de ese Tribunal, a la solicitud presentada por **SMH** del contrato aplicable a la marca Tissot.*

*Sexto.- Que procede la concesión de Autorización Singular por parte de ese Tribunal, a la solicitud presentada por **Farlabo** del sistema de reparación aplicable a la marca Ebel.*

Séptimo.- Que se interese del Servicio la vigilancia de que el otorgamiento de las autorizaciones singulares propuestas no produce distorsiones serias a la competencia en los mercados de venta y reparación de relojes."

- 10.- Recibido el expediente en el Tribunal de Defensa de la Competencia, por Providencia de 26 de junio de 1977 se admitió a trámite, se nombró Ponente y se puso de manifiesto a los interesados para que pudieran solicitar Vista y proponer las pruebas que tuvieran por conveniente.

- 11.- Dentro del plazo concedido al efecto, los denunciantes D. Narcís Roca

Carreras, D. Juan Clavería Nadal, D. Jordi Vidal Navarro, D. Juan Fernández Martínez y D. Jorge Riera del Valle (éstos dos últimos en representación de Relojería Montcada S.C.P., aun cuando no lo especifican en sus escritos) presentaron diferentes escritos de proposición de prueba con contenido idéntico, en los que solicitaban la práctica de la prueba documental consistente en que SMH y Farlabo contestaran a determinado requerimiento.

- 12.- La representación de Farlabo Relojería presentó un escrito en el que anunciaba que renunciaba a su derecho a proponer pruebas. Los restantes interesados, SMH S.A. y D. Andrés Castillo González dejaron transcurrir el plazo concedido al efecto sin proponer ninguna prueba.
- 13.- Por Auto de fecha 15 de septiembre de 1997 se admitió la prueba documental propuesta por los denunciados. En el plazo al efecto concedido se presentó la contestación al requerimiento de información por parte de SMH en la que se especificaba que esta empresa solamente vendía los repuestos de las marcas Rado y Tissot a sus Centros Técnicos Regionales de reparación (CTRs), si bien autorizaba que éstos los vendieran a relojeros independientes, acompañando una serie de documentos que así lo acreditaban.

Por parte de Farlabo se contestó al requerimiento en el sentido de afirmar que la fábrica no le suministraba piezas de repuesto correspondientes a la maquinaria-movimiento, por lo que no podía suministrarlas a terceros.

- 14.- Por Providencia de 14 de enero de 1998 se concedió a los interesados dos plazos consecutivos de diez y quince días, respectivamente, para que pudieran valorar la prueba y formular conclusiones, al tiempo que se les hacía saber que podrían acumular ambos trámites. En la misma Providencia se requería a SMH España S.A. para que presentara el documento denominado "Términos Generales de Distribución de SMH España" a que se hacía mención en el artículo 7 del proyecto de contrato de distribución selectiva para el que se solicita autorización.
- 15.- Dentro del plazo concedido al efecto, los denunciados presentaron conjuntamente su escrito de valoración de prueba y conclusiones en el que, sin desistir formalmente de su denuncia frente a Farlabo, centran los comentarios en el hecho de que ha quedado acreditada la negativa de suministro de piezas de recambio de los relojes Rado, y termina suplicando que se dicte Resolución dando lugar a la denuncia "interpuesta contra la denunciada".
- 16.- El día 28 de enero de 1998 la representación de SMH España S.A. presentó un escrito de valoración de pruebas al que acompañaba el documento solicitado en el que se incluían las condiciones generales de venta. Por la

misma representación, en fecha 11 de febrero se formuló el escrito de conclusiones, en el que, en esencia, venía a manifestar la pertenencia de los relojes Tissot a los de alta calidad, con especificación que incluso algunos de sus modelos (Reloj del Zar, Lépine o Bridgeport, por ejemplo) se incluyen entre los relojes de la gama más alta.

- 17.- En fecha 17 de febrero de 1998 la representación de Farlabo Relojería S.A. presentó un escrito de conclusiones en el que manifestaba que las piezas de reparación de los relojes Ebel pueden dividirse en tres grupos: las piezas exteriores al reloj, que son suministradas indiscriminadamente; las pertenecientes a la maquinaria/movimiento que no es suministrada por Fabrique Ebel, y las restantes piezas (tales como juntas, coronas y cristales) que, si bien no eran suministradas, la existencia de este expediente motivó que se facilitara el suministro a talleres independientes. Este hecho, según manifestaciones de dicha representación, había ocasionado diversos problemas, ya que la sustitución de esas piezas había afectado a la estanqueidad cuando se había efectuado por talleres que carecían de la maquinaria adecuada.
- 18.- El Pleno del Tribunal, en su reunión de 12 de mayo de 1998, deliberó y decidió sobre el presente expediente, encargando al Vocal-Ponente la redacción de esta Resolución.
- 19.- Son interesados:
 - D. Jordi Vidal Navarro
 - Relojería Montcada S.C.P.
 - D. Juan Clavería Canal
 - D. Narcís Roca Carreras
 - D. Andrés Castillo González
 - SMH España S.A.
 - Farlabo Relojería S.A.

HECHOS PROBADOS

- 1.- SMH España S.A. es filial de la empresa suiza SMH y distribuidora para todo el territorio español de los relojes de las marcas Rado y Tissot. Vende sus productos a través del canal minorista. Los requisitos exigidos para elegir a los detallistas a los que se les vende tales productos se relacionan fundamentalmente con la capacidad demostrada para la venta, sin que existan pruebas de que haya habido solicitudes de adquisición de relojes por parte de minoristas que hayan sido desatendidas.

Se investigó en el período de instrucción sobre las distintas exigencias a los minoristas que revendían los relojes de tales marcas, y éstos manifestaron que no existía obligación de realizar un volumen mínimo de compras, ni de comprar los nuevos modelos, ni de poseer un número mínimo de existencias, ni de comunicar a SMH las cifras de ventas. La mayoría de los distribuidores manifestaron que no tenían obligación de cooperar en materia publicitaria, si bien en algunos casos manifestaron que se había producido esa cooperación, pero como consecuencia de acuerdos concretos y no como una exigencia para distribuir los relojes (págs. 411, 417, 419, 424, 431, 434, 437, 440 y 443 del expediente del Servicio).

En los aspectos relativos al funcionamiento del mercado de reparación de relojes, afirmó SMH que antes de vender piezas de recambio ha de cerciorarse de que los talleres cuenten con medios adecuados y que solamente se autoriza a reparar a aquellos relojeros que cuenten con medios y conocimientos suficientes (págs. 727-728). A estas afirmaciones se añade que SMH había creado unos Centros Técnicos Regionales de reparación (CTRs) que eran los encargados de realizar las reparaciones. Existen cinco CTRs en la actualidad (OMTIS, OMESIT, SERGERE, Angel Reyes Castro y HERZOG). Estas afirmaciones son parcialmente contradichas en la segunda fase de instrucción durante la cual SMH manifiesta que "cualquier taller puede reparar los relojes de Rado y Tissot" (pág. 1.944) y "existen innumerables talleres de relojería con capacidad para reparar y que reparan relojes Rado y Tissot" (pág. 1.945). A mayor abundamiento las representaciones de los Centros Técnicos de Relojería que comparecen en el expediente manifiestan que suministran piezas a aquellos talleres que las solicitan y acompañan facturas acreditativas de tal extremo. No hay constancia de que exista ningún taller que haya solicitado la calificación de CTR y no la haya obtenido.

- 2.- Farlabo S.A. es distribuidora en España de los relojes marca Ebel en virtud de contrato de distribución exclusiva suscrito en fecha 5 de noviembre de 1991 con Fabrique Ebel S.A., fabricante de dichos relojes. Vende tales productos tanto a mayoristas como a minoristas. No exige ningún requisito especial para la selección de revendedores, salvo "los relativos a la solvencia" (pág. 37). En el período de instrucción se preguntó a los distribuidores sobre los mismos extremos anteriormente consignados y seis de ellos manifestaron que no existía ninguna obligación adicional para distribuir tales relojes (págs. 377, 380, 382, 340, 341, 410 y 429). Dos de los distribuidores manifiestan que el minorista debe adquirir toda la gama de productos y que resulta lógico que deba tener un número mínimo de existencia, sin especificar si esta respuesta contiene un criterio de comercialización o bien una exigencia de Farlabo (Pere Quera pág. 376 y Joyería Iborra pág. 389), mientras que otro distribuidor manifiesta que deben adquirir toda la gama de productos (Unión Suiza pág. 409) y finalmente el último de ellos responde que el distribuidor

tiene obligación de tener un número mínimo de existencias.

En lo relativo al sistema establecido para la reparación de los relojes marca Ebel existe una cierta complejidad, ya que Fabrique Ebel no suministra a Farlabo las piezas que componen la maquinaria-movimiento. En consecuencia las reparaciones que afectan a la maquinaria, tanto las realizadas en el período de garantía (cinco años) como las posteriores (servicio post-venta) solamente pueden ser realizadas en Suiza por el fabricante. Las demás reparaciones, calificadas como de mantenimiento, solamente pueden ser realizadas por talleres autorizados. En el período contemplado en el expediente se habían autorizado dos de las peticiones de talleres para la calificación de un taller como autorizado, existiendo otras tres solicitudes cuyas autorizaciones se encontraban en curso. No existe constancia de que se haya producido ningún rechazo de solicitud de nombramiento de taller autorizado. En lo relativo al suministro de otras piezas menores, que son exteriores al reloj, se acompañan facturas de las que se deduce que han existido suministros de piezas a talleres independientes.

- 3.- Según los datos que las empresas han incorporado al expediente, las ventas de los distintos relojes son las siguientes:

SMH:

RELOJES VENDIDOS. UNIDADES 1995 (Pág. 1.947)

TIPO DE RELOJ	RADO	TISSOT
CUARZO NORMAL	2086	33318
CUARZO CON MATERIALES PRECIOSOS	458	836
MECÁNICOS	0	702
MECÁNICOS CON MATERIALES PRECIOSOS	0	51
TOTAL	2544	34907

Farlabo (Págs. 2.114 y 2.115) vendió en España, en el año 1996, un total de 1.120 relojes con una facturación de 189 millones de pesetas.

Según determinadas estimaciones y proyecciones realizadas por la

representación de SMH (pág. 1.947) tomando como base los datos publicados en la revista "Gold & Time", se obtienen unas cuotas de mercado para los relojes Rado que no alcanza el 1% en el mercado de los relojes de alta calidad ni en el de los relojes-joya. En lo que respecta a los relojes Tissot se obtienen unas cuotas del 1,95% en el mercado de relojes de alta calidad de cuarzo e idéntica cuota en el mercado de relojes de alta calidad en general; una cuota del 2,01% en el mercado de relojes de alta calidad mecánicos y una del 0,18% en el mercado de relojes-joya. No se han obtenido unos datos similares para los relojes marca Ebel, pero hay que tener en cuenta que su participación, por número de relojes vendidos, es inferior a la de relojes Rado, por lo que su cuota de mercado será aún inferior.

FUNDAMENTOS JURÍDICOS

- 1.- Considera el Servicio que las conductas de las que son autoras SMH España S.A. y Farlabo S.A. infringen el artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia por haber celebrado una serie de contratos, escritos o verbales, en régimen de distribución selectiva, tanto para la comercialización de relojes como para las piezas de recambio, sin haber obtenido autorización para ello.

La distribución selectiva constituye uno de los sistemas por los que el fabricante o proveedor establece restricciones a la distribución, eligiendo solamente a determinados distribuidores para la venta de sus productos. A diferencia de otros sistemas, tales como la distribución exclusiva, no dispone de un Reglamento en virtud del cual se hayan fijado las características de tales contratos para verse excluidos de la prohibición en virtud de una exención por categorías, por lo que será preciso analizar cuál o cuáles de las restricciones introducidas suponen una vulneración de las normas de la competencia.

En Derecho español el criterio de las Resoluciones del Tribunal de Defensa de la Competencia, a la hora de analizar si los sistemas de distribución selectiva constituían restricciones a la competencia, ha sido cambiante, produciéndose una progresiva adaptación a los criterios de la Comisión Europea en una materia sometida a cambios derivados no sólo de diferentes posiciones teóricas acerca de la licitud o ilicitud de determinadas restricciones verticales, sino también como consecuencia de las nuevas aportaciones tecnológicas introducidas en la distribución comercial.

En la primera ocasión en la que el Tribunal analizó un sistema de distribución selectiva consideró que la posibilidad de limitar el número de puntos de venta es un derecho que tiene el titular de una marca registrada para cuidar la imagen del producto (Sentencia de la Sección 2ª de 30 de marzo de 1974, asunto Rochas).

Tras este pronunciamiento, una serie de Resoluciones consideraron que los sistemas de distribución selectiva infringían el artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia, (o bien el precepto que obraba en el mismo artículo de la Ley de Represión de Prácticas Restrictivas de la Competencia), aun cuando podían ser objeto de autorización si, de resultas del balance concurrencial, se producían efectos beneficiosos para el mercado que pudieran compensar los efectos perniciosos derivados de las restricciones de la competencia. En este sentido, las Resoluciones de 15 de junio de 1988 (AMSTRAD), de 9 de julio de 1990 (SMH España), 12 de julio de 1991 (Toshiba), 27 de diciembre de 1991 (Epson Ibérica), 23 de junio de 1992 (Andreas Stihl), 6 de octubre de 1993 (relojes Breitling), y 22 de abril de 1994 (Cosmeparf) vienen a considerar que los contratos de distribución selectiva en tanto en cuanto excluyen la posibilidad de que existan otros distribuidores diferentes de los autorizados, impiden la venta a quienes no ostenten la condición de distribuidor autorizado o exigen de los distribuidores determinadas obligaciones tales como las de contribuir a la realización de campañas publicitarias, constituyen una conducta colusoria porque el conjunto de esas condiciones conduce a una reducida competencia en precios. Ahora bien, en tales contratos, cuando reúnan determinadas condiciones tales como las de estar referidos a artículos de marca con ciertas características, o bien como poseer determinada calidad, necesidad de servicio post-venta o reposición, valor artificial o características de lujo, etc., y, además, cuando del análisis del mercado se deduzca que la competencia tanto inter marcas como intra marca es suficiente, los efectos positivos compensan a los negativos y, por lo tanto, en la mayor parte de las ocasiones se concedía autorización singular para estos contratos de distribución selectiva, en algunos supuestos con determinadas modificaciones de las cláusulas que en los mismos se contenían.

Un cierto cambio en la orientación de las Resoluciones del Tribunal se produce en la Resolución de 14 de octubre de 1997 (Perfumería) en la que se incorporan las más actuales aportaciones al debate, que se incluyen en el "Libro verde sobre las restricciones verticales en la política de competencia comunitaria" aprobado en 1997 por la Comisión Europea. En esta Resolución se contiene una doctrina que en cierto aspecto se separa de las anteriores, ya que no contiene una afirmación genérica de que los contratos de distribución selectiva constituyen acuerdos anticompetitivos, sino que analiza entre las distintas cláusulas de tales acuerdos y en virtud de ese análisis concluye que los sistemas de distribución selectiva no constituyen una infracción del artículo 1 LDC siempre que la selección de distribuidores cumpla tres principios y no contengan otras restricciones adicionales. Estos principios son los de necesidad (los criterios para proceder a la selección de los distribuidores han de ser simplemente cualitativos y obedecer a las características de los productos que se trata de distribuir); proporcionalidad (no se deben imponer

exigencias desproporcionadas con respecto al objetivo perseguido), y finalmente el principio de no discriminación (los criterios cualitativos han de ser iguales para todos los revendedores).

Por otra parte, los contratos de distribución selectiva que reúnan otras cláusulas diferentes a aquéllas en las que se traducen estos principios, pueden suponer la infracción del artículo 1 LDC, pero pueden ser objeto de una autorización singular. Estas cláusulas se refieren normalmente a la obligación de realizar un número mínimo de compras, de participar en los gastos publicitarios, o de facilitar determinada información por parte del distribuidor.

Esta nueva orientación de este Tribunal a la hora de analizar las posibles restricciones de la competencia que pueden contenerse en los contratos de distribución selectiva debe ser seguida en la presente Resolución. Responde, por otra parte, a las directrices consolidadas que emanan de las decisiones de la Comisión Europea y la Jurisprudencia de los Tribunales de Justicia y de Primera Instancia (sentencias Metro I, de 25 de octubre de 1977, as. 26/76, Rec. 1875; L'Oreal, de 11 de diciembre de 1980, as. 31/80, Rec. 377; AEG, as. 107/82, Rec. 3151 y Leclerc, de 12 de diciembre de 1996).

Es necesario señalar que el estado actual del debate sugiere el planteamiento de nuevas cuestiones tales como si existen razones para afirmar que un contrato de distribución selectiva, simplemente por contener obligaciones al distribuidor de participar en los gastos de publicidad o de facilitar determinada obligación, constituye ya de por sí una infracción del artículo 1. Otras cuestiones como la relativa a la posibilidad de que el fabricante o productor fije el precio de reventa no se plantean en este expediente, por lo que no resulta necesario su comentario.

La aplicación al derecho nacional de la doctrina sobre restricciones verticales emanada de las instituciones europeas siempre ha de tener en cuenta que en la aplicación del derecho comunitario de la competencia se persiguen dos objetivos: eliminar las restricciones a la libre competencia y evitar las dificultades al comercio entre estados miembros. Con ello se quiere significar que algunos de los criterios establecidos por la Comisión Europea para limitar las restricciones verticales en la distribución obedecen fundamentalmente al intento de evitar la existencia de mercados compartimentados. Obviamente de esta circunstancia se deduce que esos criterios no tienen por qué ser trasladados sin más a la aplicación del derecho español de la competencia.

Esta afirmación tiene plena traducción en el debate acerca de si las denominadas "obligaciones adicionales" en los contratos de distribución selectiva suponen una conducta colusoria. Si se dieran las circunstancias oportunas sería preciso determinar si la presencia de esas obligaciones

adicionales motiva la posible declaración de una infracción de la LDC.

- 2.- Previamente a analizar los sistemas de distribución presentes en este expediente es preciso realizar una serie de consideraciones relativas al mercado relevante afectado, tanto de producto como geográfico.

Es cierto que, cuando se trata de perseguir conductas prohibidas, la delimitación del mercado relevante resulta imprescindible si se trata de conductas abusivas de una posición dominante, ya que esa posición de dominio ha de producirse en un mercado determinado que previamente hay que delimitar, pero no es menos cierto que también tal delimitación resulta necesaria cuando se trata de ententes colusorias de tipo vertical, máxime cuando al mismo tiempo se solicita una autorización singular.

Para calibrar la importancia de una conducta colusoria o bien para conceder una autorización singular hay que tener en cuenta la cuota que a los intervinientes corresponde en un mercado determinado, ya que para realizar el correspondiente juicio concurrencial resulta necesario conocer cuál es el poder de mercado de la empresa que ha introducido o pretende introducir determinadas restricciones verticales, pues los efectos anticompetitivos serán diferentes según cuál sea el poder de mercado. También hay que analizar cuáles son las características de ese mercado.

En el presente supuesto se trata de analizar el mercado de relojes. La delimitación del mercado relevante ha de realizarse teniendo en cuenta no sólo el uso del producto sino también otras características tales como su calidad y precio. Ahora bien, no puede entenderse que la totalidad de relojes de uso personal (incluyendo los de pulsera y los de bolsillo, pero excluyendo los de mesa, pie y pared) constituya un solo mercado. Resulta indiscutible que analizando el factor de sustituibilidad de la demanda la totalidad de los relojes de uso personal no constituyen un solo mercado.

Desde el punto de vista de la calidad y precio, la diferencia entre los distintos relojes es considerable y, por ello, no todos los relojes pueden incluirse dentro del mismo mercado, por lo que será preciso segmentarlo. El Servicio realiza esa segmentación teniendo en cuenta las diversas categorías de precios, debidas a la calidad y diseño de los relojes, y a tales efectos considera que existen cuatro grupos diferentes. En el primer grupo se incluirían los modelos más costosos; el segundo grupo lo componen también relojes de gama alta, que utilizan en su composición el oro y las piedras preciosas, pero que no alcanzan los precios millonarios de los del primer grupo; en el tercero, los de gama media, y en el cuarto y último grupo, los relojes más baratos.

A los efectos de este expediente los relojes de las marcas Rado y Ebel

estarían incluidos en el segundo grupo y los de la marca Tissot en el grupo tercero. Con independencia de que cualquier agrupación basada en hipotéticos criterios subjetivos de los consumidores siempre puede resultar discutible, es lo cierto que esa delimitación del mercado de producto realizada por el Servicio puede ser utilizada para resolver el presente supuesto, máxime cuando no ha sido objeto de discusión por ninguno de los interesados en este expediente.

Es cierto que, después de esta manifestación que el Tribunal estima acertada, el Servicio considera que el mercado de producto lo constituyen los relojes de alta gama o relojes joya, incluyendo en tal calificación los dos primeros grupos, es decir aquellos relojes en cuya fabricación se utiliza el oro y las piedras preciosas y que se caracterizan por utilizar una técnica muy perfeccionada. Por otra parte, el Servicio no delimita específicamente el mercado al que pertenecen los relojes de la marca Tissot, pero existen antecedentes suficientes para considerar que estos relojes corresponden a un mercado diferente, el de gama media.

Tanto en el mercado de los relojes de alta gama o relojes joya, como en el de los relojes de gama media (compuesto por marcas tales como Balmain, Gucci, Seiko, Tissot y Venizzi), el mantenimiento de la imagen de marca es imprescindible y además en ambos segmentos del mercado resulta imprescindible disponer de un servicio post-venta, aspecto este último que no concurre en el mercado de los relojes de la gama baja.

Junto a este mercado de los relojes existe el mercado de las piezas y las reparaciones, mercado que, como acertadamente señala el Servicio, se encuentra cercano al anterior. Ahora bien, este mercado tiene algunas características diferentes del de los relojes, las cuales deben ser objeto de consideración. Es cierto que entre los relojes de una determinada gama existe un elevado índice de sustituibilidad, pero si se analiza la sustituibilidad de las piezas de recambio las posibilidades de sustitución entre productos diferentes desaparece. En efecto quien desea adquirir un reloj de una marca determinada puede optar por otro de una marca diferente y de características similares antes de adoptar una decisión de compra; por el contrario quien ya ha adquirido un reloj determinado y precisa su reparación, se ve obligado a utilizar las piezas fabricadas u homologadas por el fabricante del reloj, con lo cual las posibilidades de sustituibilidad desaparecen o se reducen considerablemente. Este es un elemento de trascendental importancia y que ha motivado que, en algún caso, el Tribunal de Justicia haya considerado como mercado relevante el de las piezas de reparación de una determinada marca de cajas registradoras (Sentencia Hugin, de 31 de mayo de 1979, Asunto 22/78, Rep. 1989). En todo caso, es preciso tener en cuenta que en el mercado de piezas de recambio las condiciones de competencia son distintas

y, por lo tanto, las restricciones en el sistema de distribución que pueden considerarse aceptables serán siempre menores que las que se pueden admitir en el mercado del producto nuevo.

Desde la óptica geográfica, y a los efectos de este expediente, no existe duda de que el mercado ha de ser delimitado como el mercado español. Se trata de sistemas de distribución realizados por las empresas mayoristas -filial en un caso del fabricante e independiente el otro-, que distribuyen los relojes en el mercado nacional.

En todo caso, en el mercado de los relojes, tanto en el de los relojes joya o de alta gama como en el de los relojes de la gama media, al que pertenecen los productos analizados en este expediente, debe considerarse que el grado de competencia intermarcas es elevado, con la presencia en el mercado de numerosas marcas que se encuentran en situación de fuerte competencia.

Los datos aportados por las empresas denunciadas, y no rebatidos ni por el Servicio ni por ningún interesado, aun cuando con un rigor técnico limitado, permiten asegurar que las cuotas de mercado de los relojes Rado en el mercado de relojes de alta gama es de alrededor del 1%, cuota que es considerablemente inferior en el supuesto de los relojes Ebel. En cuanto a los relojes de la marca Tissot, existen menos datos ya que de los obrantes en el expediente, hay que realizar ciertas suposiciones para llegar a establecer una cuota de mercado. No obstante esta limitación, no resulta descabellado considerar que la marca Tissot tiene en el mercado de relojes de gama intermedia una cuota similar a la que señala la representación de SMH, es decir del orden del 2% (es cierto que estas estimaciones se realizan sobre la base de considerar este porcentaje sobre los relojes de cuarzo de alta calidad, delimitación que es más estrecha que la de los relojes de gama intermedia). En todo caso, y a pesar de la ausencia de datos en el expediente que permitan establecer de forma precisa las cuotas de mercado de cada una de las marcas de forma precisa, a los efectos a que se contrae el presente expediente, se puede deducir que sus participaciones en el mercado no resultan significativas y que en el mercado afectado existe un elevado grado de competencia, afirmaciones estas dos que han de estar presentes en todas las consideraciones que a continuación se consignan.

- 3.- Fijados los criterios según los cuales los sistemas de distribución selectiva que reúnan determinadas características no suponen infracción del artículo 1 LDC, corresponde analizar las características de los sistemas de distribución que SMH España S.A. y Farlabo tenían establecido, con anterioridad a la solicitud de autorización, para ver si se encuentran dentro de los límites de tales criterios o bien los sobrepasan.

En la relación de hechos probados se han especificado las características de la red de distribución selectiva que SMH España S.A. tiene establecida para los relojes Rado y Tissot, y de las mismas no puede deducirse que las exigencias a los distribuidores contengan obligaciones que pudieran llegar a producir como consecuencia que el contrato de distribución selectiva vulnerara el artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia. Las respuestas a las preguntas que el Servicio dirigió a distintos distribuidores son bastante significativas al respecto y de ellas se desprende que no existían esas obligaciones complementarias para los distribuidores, ni tan siquiera la de cooperar en materia publicitaria pues, cuando se produjo esa cooperación, fue resultado de acuerdos concretos y no resultado de una exigencia de SMH.

No existen pruebas, por lo tanto, de que la elección de los distribuidores se haya realizado con exigencias que vayan más lejos de los tres principios de necesidad, proporcionalidad y no discriminación y, en consecuencia, hay que concluir que el sistema de distribución selectiva establecido por SMH para los relojes Rado y Tissot no supone infracción del artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia. Considera el Servicio que SMH ha incurrido en una infracción del artículo 1 "por la puesta en funcionamiento de un sistema de distribución selectiva"; pues bien, frente a esa propuesta hay que afirmar que cualquier sistema de distribución selectiva no implica la infracción de dicho precepto, sino, en su caso, exclusivamente los sistemas que impliquen exigencias que no respondan a los tres principios mencionados.

En estas circunstancias no resulta necesario entrar a realizar consideración alguna acerca de si la sola presencia de esas obligaciones adicionales es suficiente para considerar que existe una conducta colusoria, ya que no existe exigencia de tales obligaciones por parte de SMH a sus distribuidores.

- 4.- En cuanto a las posibles restricciones introducidas por SMH en el mercado de venta de piezas de recambio y reparación de los relojes de las marcas por ella distribuidas, conforme se ha indicado anteriormente deben ser analizadas con mayores precauciones ya que la sustituibilidad de los productos es menor y resulta de mayor importancia para los consumidores que exista el mayor número posible de talleres en los que le pueda ser reparado el reloj.

De lo actuado, a pesar de ciertas vacilaciones iniciales obrantes en el expediente, se acredita que en la actualidad el sistema de reparación utilizado por SMH para los relojes Rado y Tissot consiste en establecer una serie de Centros Técnicos Regionales de reparación (CTRs), que equivalen a los talleres oficiales del mayorista, a los que se sirven las piezas de repuesto y en los que se realizan las reparaciones durante los períodos de garantía.

En este apartado la consideración de si existen o no restricciones debe tener

en cuenta dos factores: en primer lugar, el interés de los consumidores de poder realizar la reparación de los relojes en el mayor número de talleres posible y, en segundo término, el interés del fabricante y del mayorista en cuidar que la reparación del reloj sea efectuada con todas las garantías pues, en caso contrario, una reparación defectuosa repercutiría negativamente en la imagen de marca de artículos de prestigio.

De lo actuado en el expediente no puede desprenderse que el sistema establecido por SMH para la red de reparación contenga restricciones a la competencia que impliquen una vulneración del artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia. Existe una red de Centros Técnicos Regionales de reparación o talleres oficiales a los que se les suministran las piezas de recambio, pero no existe prohibición de que tales Centros revendan a talleres independientes las piezas de recambio. Según se señala por el Servicio, las piezas revendidas corresponden en buena parte a piezas de escaso valor y fundamentalmente de la marca Tissot. Este hecho resulta lógico, ya que es consecuencia de una mayor protección a la marca Rado, de mayor prestigio que Tissot, y por lo tanto no deben extraerse del mismo otras conclusiones. Tampoco existe constancia de que exista ninguna solicitud de nombramiento de CTR que haya sido denegada pues, de haber sido así, se podría examinar si se ha vulnerado o no el principio de no discriminación, lo cual no ocurre en este supuesto.

Con estos datos, se desprende que el sistema establecido por SMH para las reparaciones de sus relojes consiste en facilitar las reparaciones que puedan ser consideradas como menores a cualquier taller, mientras que reserva las reparaciones más importantes a los talleres calificados como CTRs, sobre todo los de los relojes de su marca de mayor prestigio. Si a este dato le unimos que no se conocen cuáles son las exigencias para otorgar el nombramiento de CTR y que no existe constancia de que se haya negado la condición de CTR a ningún taller que lo haya solicitado, puede llegarse a la conclusión de que el sistema de restricciones establecido respeta los principios de necesidad, proporcionalidad y no discriminación, mientras que facilita que ciertas reparaciones, las de menor importancia, puedan ser realizadas por cualquier taller. Con estas condiciones no puede afirmarse que se haya infringido el artículo 1 de la Ley, pues el sistema existente respeta los principios anteriormente indicados, y que se refieren a la necesidad de conjugar el mantenimiento del prestigio de la marca y la posibilidad de que existan múltiples talleres en los que realizar las reparaciones.

- 5.- De los datos obrantes en el expediente resulta muy dudoso que el sistema de distribución establecido por Farlabo para los relojes de la marca Ebel pueda ser calificado como de distribución selectiva. No aparece acreditado que exista una red de distribuidores, elegidos por cumplir una serie de

condiciones, ya que el único requisito acreditado en el expediente para elegir a los minoristas que han de revender tales relojes consiste en el relativo a la solvencia, lo cual no constituye más que un criterio de prudencia empresarial y no un requisito objetivo para ser nombrado distribuidor. Por otra parte, el hecho de que el canal de comercialización suponga vender sus productos indistintamente a mayoristas y minoristas descarta la existencia de una red de distribución selectiva, máxime cuando a los mayoristas no se les imponen limitaciones de reventa.

En cuanto a la posible existencia de obligaciones adicionales, las respuestas dadas por los revendedores resultan contradictorias pues mientras una mayoría opina que no existen tales obligaciones, algunos de ellos manifiestan que deben comprar determinado número de existencias. Sea cual sea la interpretación que se le dé a estas respuestas, aisladas y contradictorias con otras, no constituyen prueba suficiente ni para afirmar que de ellas se pueda deducir la existencia de un sistema de distribución selectiva ni, aun en tal supuesto, concluir que se trata de obligaciones complementarias que puedan suponer que el contrato de distribución selectiva infrinja el artículo 1 LDC.

- 6.- Para analizar si las posibles restricciones en el mercado de las reparaciones y el suministro de piezas de recambio de los relojes Ebel han de realizarse las mismas consideraciones anteriores, relativas a los dos elementos que es preciso tener en cuenta: la necesidad de que exista el mayor número de talleres en los que se puedan reparar los relojes Ebel y la protección de dicha marca como relativa a un producto de calidad. Junto a estos elementos es preciso igualmente considerar que la cuota de mercado de esos relojes en el segmento de los relojes-joya resulta sumamente reducida.

Dados estos elementos, es preciso tener en cuenta que el sistema establecido para las reparaciones consiste en clasificar tres tipos de reparaciones. En el primer grupo se incluyen las reparaciones de mayor importancia y relativas a la maquinaria/movimiento que deben ser realizadas en la fábrica de Suiza. Un segundo grupo de reparaciones, calificadas como de mantenimiento, solamente pueden ser realizadas en talleres considerados como autorizados. Finalmente otras reparaciones menores -que se refieren solamente a elementos exteriores al reloj, tales como la correa o los adornos- pueden ser realizadas por talleres independientes a los que sí se les suministran piezas. Según manifestaciones realizadas por la representación de Farlabo, durante la tramitación de este expediente vendieron piezas de las que se utilizan para las operaciones de mantenimiento a talleres independientes y ello les ocasionó algunos inconvenientes ya que una manipulación inadecuada produce la pérdida de estanqueidad de los relojes y su reparación en el período de garantía por cuenta del fabricante.

Como quiera que ni en el primer ni en el tercer grupo de reparaciones puede considerarse que exista infracción de la Ley de Defensa de la Competencia por Farlabo, que es la distribuidora para España, corresponde en exclusiva analizar si las restricciones introducidas en el segundo grupo constituyen tal infracción.

El hecho de que la única exigencia para ser nombrado como taller oficial consista en la preparación técnica y en la existencia de maquinaria idónea para efectuar las reparaciones, supone que la exigencia para ser nombrado taller oficial respeta los principios de necesidad y proporcionalidad. Por lo que respecta al principio de no discriminación, no se desprende de lo actuado en el expediente que se haya rechazado a ningún solicitante, pues de las solicitudes recibidas, unas fueron admitidas y las restantes se encontraban en curso.

Puede concluirse del análisis de ese sistema y del escaso poder de mercado de Farlabo que el sistema establecido resulta equilibrado para responder a los objetivos que se pretenden y no constituye una infracción del artículo 1 LDC.

- 7.- Durante la tramitación del presente expediente, la representación de SMH España S.A. ha presentado una solicitud de autorización singular para sendos contratos de distribución selectiva, respectivamente, de los relojes Rado y Tissot, solicitud que, según resolvió el Tribunal en su momento, debería ser resuelta al mismo tiempo que el expediente sancionador que se estaba tramitando, por lo cual debe ser analizada en la presente Resolución.

El contrato de distribución de los relojes Rado reúne las características de un contrato de distribución en el que algunas de sus cláusulas no constituyen infracción del artículo 1 LDC y otras, aun cuando puedan infringir dicho precepto, pueden ser objeto de autorización. Entre las primeras cabe señalar que los criterios de selección (artículo 2) constituyen criterios objetivos pues se refieren a la disposición de un establecimiento bien situado y de buena presentación, con una decoración atractiva, emplear un personal cualificado, facilitar la garantía y asegurar el servicio post-venta. En cuanto a la exigencia de solamente vender los productos distribuidos al consumidor final o bien a otros concesionarios (art. 4.1 y 2) son obligaciones que resultan consustanciales con un sistema de distribución selectiva.

Ahora bien, en el contrato se incluyen cláusulas que suponen la asunción de obligaciones complementarias por parte de los distribuidores y que, a la vista de los criterios anteriormente consignados y que emanan de la doctrina de la Comisión y de la Jurisprudencia comunitaria, hay que considerar que suponen infracción del artículo 1 LDC. Tal es el caso de las obligaciones consistentes en contribuir a la realización de publicidad (art.2. 5) o bien la

obligación de realizar unas compras mínimas (art. 6), o la de facilitar a SMH determinada información (art. 11). Ahora bien, de acuerdo con los indicados criterios, hay que estimar que estos extremos pueden ser objeto de autorización por cuanto que pueden ser considerados como obligaciones complementarias que resultan necesarias para el funcionamiento del sistema.

En este apartado se podría igualmente plantear si la exigencia de tales obligaciones adicionales constituye o no una infracción del artículo 1 LDC, pues existen argumentos sobre los que basar una opinión negativa, ya que, si se trata de obligaciones necesarias para el funcionamiento del sistema, y este sistema no supone infracción del artículo 1 de la LDC, se podría lógicamente concluir que tales obligaciones tampoco infringen el indicado precepto. Una Resolución que realizara tal afirmación, no exenta de lógica, supondría que este Tribunal se separase de los criterios comunitarios. Ahora bien, teniendo en cuenta que en este supuesto se está analizando una autorización, y que el criterio del Tribunal es favorable a su concesión, pueden aplicarse los criterios de la Comisión Europea sin necesidad de entrar a realizar otras consideraciones de mayor trascendencia.

El Servicio considera que no es autorizable la cláusula contenida en el artículo 4.3.d) del contrato-tipo que se refiere a la obligación del distribuidor de no realizar ventas activas de un artículo durante un año, contado a partir de la fecha del lanzamiento inicial en uno de los Países miembros de la UE de tal artículo, con la finalidad de no contrarrestar los esfuerzos publicitarios planificados para dicho nuevo producto. Las razones de la opinión del Servicio se basan en la consideración de que no es una restricción indispensable para conseguir los objetivos del sistema. El contenido de esa cláusula debe ser analizado desde la óptica del derecho español y si se observa que está limitada a las ventas activas y que el plazo durante el que se limita la posibilidad de vender productos todavía no presentados en el mercado español es un plazo relativamente corto de tiempo (un año) se puede llegar a la conclusión de que no es una cláusula que pueda considerarse que restringe innecesariamente la competencia. Es necesario tener en cuenta que los productos de los que se trata son relojes de alta gama y la aparición de un nuevo modelo suele ir acompañada de un esfuerzo publicitario que podría ver limitados sus efectos si algunos de los distribuidores han iniciado con antelación una campaña de ventas activas. Por estas razones hay que considerar que no existen inconvenientes para autorizar la cláusula.

Como consecuencia de todo lo anteriormente expuesto, hay que concluir que el contrato de distribución de los relojes Rado reúne todos los requisitos exigidos en el artículo 3.1 LDC para ser autorizado, ya que permite a los consumidores participar de las ventajas del sistema (se les asegura una asistencia de personal especializado a la hora de comprar, así como un

servicio post-venta); no se imponen restricciones innecesarias (las obligaciones adicionales se consideran necesarias para el funcionamiento del sistema); y no existe posibilidad de eliminar la competencia (el hecho de que no se establezcan criterios cuantitativos ni protecciones territoriales hace previsible que el número de distribuidores de los relojes Rado sea elevado con lo cual se garantiza la existencia de la competencia "inter marcas"). En consecuencia, debe ser objeto de autorización.

- 8.- Respecto del contrato relativo a la distribución de los relojes Tissot, debe analizarse si la objeción formulada por el Servicio resulta admisible. Considera el Servicio que el sistema de distribución selectiva no resulta aceptable para los relojes Tissot porque no cuentan con una imagen de prestigio y calidad contrastable y, además, son de inferior calidad y precio que los relojes Rado, por lo que no se justifica un sistema de distribución selectiva. El Tribunal no participa de ese criterio.

El primer argumento en virtud del cual la objeción del Servicio no es admisible consiste en la consideración de que el sistema de distribución selectiva no está reservado exclusivamente para los productos que cuentan con una imagen de prestigio. Si se analizan las decisiones de la Comisión Europea y las Resoluciones de este Tribunal, se observa que existen dos tipos de sistemas de distribución selectiva: la de productos de lujo y la de productos con determinadas características técnicas. En el primer grupo se incluyen fundamentalmente los perfumes de la gama más alta (Decisiones L'Oreal, Yves Saint Laurent y Givenchy y Resoluciones del Tribunal Cosmeparf de 22 de abril de 1994 y Perfumería de octubre de 1997) y joyería (Decisión Murat). En estos casos las razones de la elección de un sistema de distribución selectiva hay que encontrarla en el mantenimiento del prestigio de la marca acreditada. En el segundo grupo hay que incluir los electrodomésticos, ordenadores y aparatos electrónicos (Decisiones Saba -nº 1 y 2-, AEG e IBM y Resoluciones del Tribunal Toshiba de 12 de julio de 1991, Epson Ibérica de 27 de diciembre de 1991, NGR Spain de 24 de diciembre de 1993) y maquinaria de jardinería (Resolución del Tribunal Andreas Stihl de 23 de junio de 1992). Las razones de la aceptación del sistema de distribución selectiva para los productos incluidos en este grupo hay que encontrarlas en la complejidad técnica de los productos más que en el prestigio de la marca y en la necesidad de ofrecer un servicio post-venta.

En otras ocasiones, ambas razones están presentes, tal y como ocurre con los relojes. Tanto la Comisión (Decisión Junghans) como el Tribunal (Resoluciones SMH -para los relojes Omega- Breitling y Tag Heuer) han aceptado el sistema de distribución selectiva para los relojes de alta calidad, ya que en estos supuestos se unen la complejidad técnica y la exigencia de servicio post-venta al prestigio de una marca. Por el contrario, el Tribunal de Justicia ha denegado la autorización de un sistema de distribución selectiva

para los relojes "Swatch" que eran producidos en serie en la sentencia de 10 de diciembre de 1985 (Asunto ETA/DK, 31/85, Rec. 3939).

En el presente supuesto, si bien es cierto que la marca Tissot no pertenece en todos sus productos a la gama de relojes de alta calidad (algunos de ellos, como los modelos Reloj del Zar, Lipine y Bridgeport sí podrían ser así considerados), tampoco reúne las características de los relojes de la gama más baja, producidos en serie, por lo que no hay que negar en términos absolutos que pueda ser protegida por un sistema de distribución selectiva. Ahora bien, la razón fundamental por la que cabe ese sistema es porque se trata de un producto cuyas características técnicas hacen aconsejable tal sistema de distribución. Así, a diferencia de los relojes de la gama más baja, fundamentalmente por su precio, no son objeto de reparaciones ya que los consumidores tienden a cambiarlos cuando se estropean, ello no ocurre en los relojes de la gama intermedia, conforme se demuestra en este expediente por el gran número de reparaciones que se efectúan en los relojes de la marca Tissot. En consecuencia, si la marca tiene un cierto prestigio, mayor en unos modelos que en otros, y a ello se le une una complejidad técnica y una necesidad de servicio post-venta, hay que considerar que estos productos se convierten en idóneos para ser distribuidos de forma selectiva.

Rechazadas las objeciones del Servicio para denegar la autorización, resulta necesario analizar el contenido del contrato presentado para analizar si su contenido infringe el artículo 1 LDC y, en el caso de que así fuera, si puede ser objeto de autorización. Si se analiza el contenido del contrato se puede observar que resulta en casi todo similar al relativo a los relojes Tissot, con exclusión de alguna cláusula como la referida a la limitación temporal de ventas activas de los productos no presentados en España. Por ello, las restantes consideraciones realizadas para autorizar el contrato de distribución selectiva de los relojes Rado puede ser aceptada para los relojes Tissot y, en consecuencia, concluir que procede conceder la autorización solicitada.

- 9.- Por parte de Farlabo se presenta solicitud de autorización que tiene por objeto "la autorización a determinados talleres de relojería para la realización de determinadas manipulaciones y reparaciones... de modo y forma que sólo dichas intervenciones practicadas por los talleres autorizados mantengan la validez de la garantía prestada por Fabrique Ebel S.A. por plazo de cinco años". Es de destacar que a la solicitud no se acompaña ningún modelo de contrato a suscribir entre Farlabo y el correspondiente taller.

Las reparaciones autorizadas se refieren a las operaciones de mantenimiento, cambio de tija y/o corona, cambio de cristal y junta, sustitución de brazaletes, manipulación de componentes desmontables del brazalete, sustitución de tornillos de bisel y de sujeción de brazaletes a caja y sustitución de esferas.

Conforme se ha especificado con anterioridad, Fabrique Ebel no facilita piezas de recambio relacionadas con la maquinaria-movimiento, por lo que las reparaciones que afectan a la maquinaria no pueden realizarse por estos talleres.

El Servicio estima que el acuerdo consiste en un sistema de distribución selectiva y considera que la autorización debe ser concedida sin ninguna limitación. A esta opinión se le pueden oponer algunas consideraciones.

En primer lugar, no se trata de un sistema de distribución selectiva ya que no se incluyen en el sistema algunos de los extremos que caracterizan a este sistema de distribución indirecta. El sistema se asemeja más a una red de asistencia técnica, en un sentido similar al supuesto analizado en la Resolución de 14 de diciembre de 1994 (Asistencia Técnica Vaillant).

En segundo lugar, se trata simplemente de conceder a los talleres que reúnan determinadas características, la condición de Servicio Oficial de la marca Ebel. Esta calificación supone que las operaciones de mantenimiento y otras determinadas operaciones, que en ningún caso pueden afectar a la maquinaria/funcionamiento, han de realizarse exclusivamente en esos talleres si se quiere mantener la garantía de cinco años concedida por el fabricante.

Otra serie de consideraciones deben tenerse en cuenta sobre la propuesta de acuerdo sometido a autorización. En este apartado se incluye el hecho de que Farlabo manifiesta su intención de conceder exclusivamente el carácter de Taller Oficial a cuatro o cinco talleres, distribuidos geográficamente para que estén cerca del usuario. Igualmente cabe señalar que Farlabo comunicará a los talleres una lista de precios con el carácter de sugeridos sobre las operaciones de mantenimiento.

Finalmente, es preciso obtener consecuencias de las características del mercado, de las de los relojes Ebel y de la cuota que a éstos corresponde en el mercado de los relojes de alta gama. Hay que recordar en este apartado que en el mercado de los relojes de alta gama existe una elevada competencia, si bien cuando se trata del mercado de reparaciones la competencia disminuye. A esto hay que añadir que se trata de unos relojes de elevado precio no asequibles para la inmensa mayoría de los consumidores, ya que Farlabo vende anualmente en el mercado español una cifra de relojes que supera ligeramente las mil unidades, lo cual representa una cuota de mercado significativamente escasa.

Algunos de los extremos incluidos en la propuesta claramente no suponen infracción del art. 1 LDC; entre ellos se puede señalar el hecho de que los criterios exigidos para formar parte de la red de talleres oficiales sean

cualitativos y objetivos (disponer de determinada maquinaria y poseer capacitación técnica) o bien el propio hecho de la creación de una red que evita que determinadas operaciones realizadas durante el período de garantía tengan que ser efectuadas en la fábrica en Suiza, o el hecho de que no se limita la exclusividad para la venta de las piezas a los talleres oficiales, lo cual significa que los consumidores que no quieran mantener la garantía de cinco años (supuesto obviamente teórico), o que reparen los relojes fuera del período de garantía, pueden acudir a talleres independientes. Estos datos unidos a la ausencia de poder de mercado de Farlabo llevan a la conclusión de que el acuerdo presentado no precisa de autorización.

Al lado de estos elementos existen dos aspectos en los que es más dudoso hablar de ausencia de elementos anticompetitivos. En primer lugar, la limitación del número de talleres previstos (cuatro o cinco) y, en segundo lugar la existencia de una lista de precios sugeridos, no para las mercancías suministradas por Farlabo, sino para servicios realizados por los talleres oficiales. Ambos aspectos deben ser analizados.

Para considerar si el número de talleres autorizados es o no suficiente hay que tener en cuenta el número de relojes Ebel que son vendidos cada año (aproximadamente mil), el número de operaciones de mantenimiento (para mantener la garantía han de ser bianuales, aun cuando es previsible que no todos los propietarios de los relojes cumplan con este requisito), y el período de duración de la garantía (cinco años). También se puede realizar una comparación con el número de CTRs (que en la actualidad son cinco) existentes para la reparación de los relojes distribuidos por SMH, que tienen una presencia en el mercado considerablemente mayor que los de marca Ebel, pues incluye los relojes Omega, Rado y Tissot. Teniendo en cuenta estos elementos, es razonable pensar que el número de cinco talleres oficiales resulta adecuado.

Llama la atención la existencia de precios sugeridos, no para la reventa de los productos, sino para los servicios prestados por los talleres, pero una opinión sobre los efectos competitivos o anticompetitivos de este extremo debe tener en cuenta diferentes factores y, entre ellos, el más importante ha de referirse a la ausencia de poder de mercado por parte de Farlabo. Cabe preguntarse por las razones de la existencia de esa lista de precios, y las respuestas racionales a esa pregunta no conducen necesariamente a la existencia de efectos anticompetitivos. En primer lugar hay que tener en cuenta que se trata de un sistema en el que la competencia en precios resulta muy limitada, por no decir prácticamente inexistente. La información de la que disponen los consumidores acerca del coste de determinadas operaciones de mantenimiento a realizar en el reloj de su propiedad es muy limitada. Por otra parte hay que tener en cuenta que se trata simplemente de precios sugeridos

que, si son conocidos por el consumidor, tienden a convertirse en precios máximos sobre los que en la mayor parte de las ocasiones se practicarán descuentos.

Del análisis del conjunto de extremos contenidos en el sistema de asistencia técnica puede concluirse que no existe infracción del artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia. No se impide la existencia de talleres independientes, a los que se les puede vender las piezas de repuesto, los efectos de la utilización de los talleres oficiales solamente se extienden al período de garantía, el número de talleres es adecuado y la presencia de unos precios sugeridos tiene efectos positivos por cuanto que puede facilitar determinada información al usuario, y la cuota de mercado de Farlabo es muy reducida. Con tales características, se puede afirmar que el acuerdo para el que se solicita autorización, no la precisa.

Por todas las razones anteriormente expuestas es preciso concluir que se debe conceder la autorización solicitada.

Vistos los preceptos citados y demás de general aplicación, el Tribunal de Defensa de la Competencia

HA RESUELTO

Primero.- Declarar que en el presente expediente no se ha acreditado la existencia de conductas prohibidas por el artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia, que el Servicio imputaba a SMH España S.A. y Farlabo Relojería S.A. en su Informe-Propuesta de fecha 9 de junio de 1997.

Segundo.- Autorizar a SMH España S.A. los contratos para el establecimiento de un sistema de distribución selectiva para los relojes Rado y Tissot por un plazo de cinco años y con las limitaciones establecidas en el artículo 4 de la Ley de Defensa de la Competencia. De ambos contratos, que figuran en el expediente a los folios 551 a 560 y 588 a 595 respectivamente, se dará traslado al Servicio para su inscripción en el Registro de Defensa de la Competencia.

Tercero.- Declarar que el sistema de asistencia técnica propuesto por Farlabo Relojería, S.A. no precisa de autorización por no infringir el artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia.

Comuníquese esta Resolución al Servicio de Defensa de la Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la citada Resolución agota la vía administrativa y, por tanto, sólo es susceptible de recurso contencioso-administrativo el cual podrá interponerse, en su caso, ante la Audiencia Nacional en el plazo de dos meses a contar de la notificación de esta Resolución.