

## **RESOLUCIÓN (Expte. r 507/01, Franquicia Cafés Jamaica)**

### **Pleno**

Excmos. Sres.:

Solana González, Presidente  
Huerta Trolèz, Vicepresidente  
Castañeda Boniche, Vocal  
Pascual y Vicente, Vocal  
Comenge Puig, Vocal  
Martínez Arévalo, Vocal  
Franch Menéu, Vocal  
Muriel Alonso, Vocal  
Del Cacho Frago, Vocal

En Madrid, a 22 de octubre de 2002.

El Pleno del Tribunal de Defensa de la Competencia (Tribunal), con la composición antedicha y siendo Vocal Ponente el Dr. Franch Menéu, ha dictado la siguiente Resolución en el expediente de recurso r 507/01, interpuesto por Jamaica Gestión de Franquicias S.A. (JGF) contra el Acuerdo del Servicio de Defensa de la Competencia (Servicio) de 22 de noviembre de 2001 de archivo de la denuncia que había formulado contra Jamaica's Franchising S.L. (JF), por una conducta presuntamente abusiva a la que sería de aplicación, según el denunciante, los arts. 1, 6 y 7 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC) que habría consistido en la imposición contractual abusiva de un proveedor que suministra café y otros productos a más elevado precio y menor calidad a los franquiciados de la cadena.

### **ANTECEDENTES DE HECHO**

1. El 11 de diciembre de 2001 tiene entrada en el Tribunal un escrito de recurso que interpone JGF contra el Acuerdo del Servicio, de 22 de noviembre de 2001, por el que archiva la denuncia que el 19 de julio de 2000 había presentado contra JF por una conducta presuntamente abusiva de posición de dominio en el mercado, como tal prohibida, según la denunciante, por los arts. 1, 6 y 7 LDC. La conducta denunciada habría consistido en la imposición de cláusulas abusivas por parte de JF obligando a sus franquiciados a abastecerse de los productos suministrados por Coguisa S.L. y por la propia JF.

JGF, en concreto, plantea que:

*"Entre otras obligaciones que se imponen por JAMAICA en el contrato de licencia, tanto el contrato de licencia como el nuevo proyecto de contrato, se establece una de especial importancia. Todos los suministros de café, complementos y artículos fungibles de la marca Jamaica a comercializar en los establecimientos franquiciados, se han de realizar, con carácter exclusivo y excluyente, por la propia JAMAICA o por una sociedad vinculada a ésta denominada COGUISA."*

*"... junto con JAMAICA, la única empresa legitimada por el licenciante o franquiciador, JAMAICA, para suministrar a los franquiciados de JAMAICA GF el café y los artículos fungibles (servilletas, manteles, etc...), tal y como se establece en la cláusula 4 del referido contrato de licencia."*

*Cláusula 4 Obligaciones de las partes:*

*.. ... En particular, en todos los contratos de franquicia que celebre la Licenciataria con terceros en base a la presente licencia, deberá hacerse constar obligatoriamente que el suministro de los productos de la marca JAMAICA a comercializar en cada uno de los establecimientos franquiciados corresponderá con carácter exclusivo y excluyente a COGUISA, S.L. (en lo relativo a cafés y complementos)..."*

2. El 12 de diciembre de 2001 el Tribunal remite al Servicio copia del escrito de recurso y recaba el preceptivo informe así como las actuaciones seguidas, lo cual es cumplimentado el 20 de diciembre de 2001. En su informe, el Servicio hace constar que el recurso ha sido presentado dentro del plazo legal y, en cuanto al fondo, reiterándose en el acuerdo de archivo, señala entre otras cosas que *"Independientemente de que en la cafetería se sirvan otros consumibles, el que le da nombre y caracteriza el establecimiento es precisamente el café. Por ello, parece lógico que el café servido en todos los establecimientos de la red franquiciada de cafeterías sea el mismo, de idénticas calidad y cualidades."*

*Si todos los cafés de una misma variedad fuesen exactamente iguales podría no tener objeto la exigencia de suministro exclusivo en un único proveedor. Sin embargo del informe comparativo aportado por el recurrente en la denuncia se desprende que analizadas las mismas variedades de café procedentes de distintos suministradores no sólo presentan diferencias en cuanto a envasado conservación y precio sino también en cuanto a aroma y sabor del producto (fol. 54).*

*En cuanto a la alegación del recurrente de que en todas las cafeterías de*

*la franquicia no se sirven las mismas variedades de café, cabe decir que el hecho de que en un establecimiento franquiciado se ofrezca una variedad de café que no esté disponible en otro, afecta menos a la identidad común y a la reputación de la red que el hecho de que ambos establecimientos ofrezcan la misma variedad de café con diferentes sabores y aromas".*

En cuanto a otros productos fungibles complementarios señala que *"aun sin saber con exactitud cuales son estos productos cabe aplicar lo expuesto respecto al café en cuanto al mantenimiento de la identidad común, reputación o imagen de la red franquiciada.*

*Además como por su escasa importancia estos elementos no serían capaces de afectar significativamente a la competencia podrían entrar dentro de los supuestos de autorización previstos por el artículo 3.2.c) de la LDC".*

3. El 10 de enero de 2002 el Pleno del Tribunal dicta Providencia, mediante la que designa Ponente y ordena poner de manifiesto el expediente a los interesados para que, en el plazo legal, puedan formular alegaciones y presentar documentos. Comparece en este trámite tanto JF en escrito recibido en el Tribunal al 5 de febrero de 2002, como también la recurrente y denunciante que alega de nuevo ampliando los argumentos en el mismo sentido que sus escritos anteriores.

Insiste en el informe comparativo presentado ante el Servicio para demostrar que no hay las diferencias entre el café SUPRACAFE, de un proveedor ajeno a la cadena y el café impuesto por el Franquiciador a través de su filial COGUISA. Señala que es muy importante partir de la base de que ambos cafés son de la misma procedencia y de idéntica calidad, enmarcados en la gama de alta calidad y que la empresa que hizo el análisis realizó éste desde un punto de vista científico atendiendo a los parámetros objetivos contrastables: evaluación técnica y organoléptica, análisis físico-químicos, etiquetado, tiempo de consumo, presentación, precio, etc.

Y, por último, no conviene olvidar que, cuando se analiza el sabor y aroma del café por Coffee Consulting, ese análisis lo hacen expertos degustadores de café que básicamente, como se puede apreciar por el curriculum que adjuntan en el propio informe, se dedican en exclusiva a estos menesteres.

4. El Pleno deliberó y falló en su reunión plenaria del día 16 de octubre de 2002.

5. Son interesados:

- Jamaica Gestión de Franquicias S.A.
- Jamaica's Franchising S.L.

## **FUNDAMENTOS DE DERECHO**

1. El contrato de franquicia es una figura escindida del contrato de concesión y que, como éste, responde a la finalidad de facilitar de modo estable la distribución de bienes o servicios mediante la organización de una red que cubra de forma más o menos amplia el mercado. El contrato consiste en que un empresario, franquiciador, sitúa a otro, franquiciado, en una explotación económica con un nombre comercial determinado, a cambio de una contraprestación económica. El primero se compromete con el segundo a comunicarle ciertos métodos comerciales y le otorga la posibilidad de gozar de un signo distintivo, así como de colaborar con él prestándole asistencia y supervisión. El segundo se obliga a mantener un cierto nivel de calidad e incluso a adquirir del franquiciador los elementos necesarios propios de la explotación que le ha sido cedida.

En cuanto a su compatibilidad con la libertad de competencia en el mercado cabe señalar que las cláusulas por las que se pretende asegurar al franquiciador que los competidores no se beneficiarán de los conocimientos transmitidos al franquiciado siempre se ha considerado compatible con la libertad de competir.

2. El R.D. 157/1992 que desarrolla la LDC en materia de exención por categorías autoriza en su artículo 1.1.e) los acuerdos de franquicia en que participando dos empresas cumplan lo establecido en el Reglamento de la CE nº 4087/88, de 30 de noviembre. Dicho Reglamento, vigente a la firma del contrato, permite imponer al franquiciado, en la medida en que sea necesario para la protección de los derechos de propiedad intelectual e industrial o para mantener la identidad común y la reputación de la red franquiciada, la venta o utilización en el marco de la prestación de servicios, de productos fabricados el franquiciador o por terceros designados por éste, cuando resulte impracticable aplicar especificaciones objetivas de calidad debido a la naturaleza de los productos objeto de la franquicia.

3. El Tribunal coincide plenamente con los argumentos del Servicio ya que en las cafeterías Jamaica Coffee Shop, como su propio nombre indica, la consumición directa de café o incluso su venta al por menor constituye, lógicamente, su actividad principal con lo que, además de los signos

distintivos en la decoración del establecimiento y el servicio esmerado al cliente, la uniformidad del café expedido en su red es un signo fundamental distintivo de la franquicia.

Ese signo distintivo es aplicable tanto al café como a los fungible. Todo ello deriva y está inserto en la propia relación contractual característica entre franquiciador y franquiciado

En su virtud, este Tribunal

### **HA RESUELTO**

Desestimar el recurso interpuesto por Jamaica Gestión de Franquicias S.A. contra el Acuerdo del Director del Servicio de Defensa de la Competencia de 22 de noviembre de 2001, que confirmamos en todas sus partes.

Comuníquese esta Resolución al Servicio de Defensa de la Competencia y notifíquese a la sociedad recurrente y a la entidad denunciada, haciéndoles saber que es definitiva en vía administrativa y que contra ella no cabe recurso alguno en tal vía, pudiendo interponer recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional en el plazo de dos meses contados desde su notificación.