

## **RESOLUCIÓN (Expediente. Num.: SAN 6/2011)**

### **Pleno:**

D. José Luís Juan Sanz, Vocal

D<sup>a</sup>. Carmen Galipienso Calatayud, Vocal

En Valencia a uno de diciembre de dos mil once.

El Pleno del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana, con la composición expresada al margen y siendo Ponente el Ilmo. Sr D José Luis Juan Sanz, ha dictado la siguiente Resolución en el expediente número SAN 6/2011, relativa a la denuncia presentada por D<sup>a</sup> X, sobre presuntas conductas contrarias al artículo 1.1, apartados b) y d) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, llevadas a cabo por la mercantil Media Distribución Costa Blanca, S, L, consistentes en negativa de suministro de prensa escandinava y, en último termino, acceder bajo condiciones que no se exigen al resto de los locales a los que la mercantil Media Distribución sí distribuye dicha prensa.

### **I. ANTECEDENTES DE HECHO.**

1.- Con fecha 13 de junio de 2011 tuvo entrada en la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) denuncia remitida por D<sup>a</sup>. X, relativa a presuntas conductas contrarias al artículo 1.1, apartados b) y d) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), llevadas a cabo por la mercantil Media Distribución Costa Blanca, S.L. (en adelante Media Distribución) consistentes en negativa de suministro de prensa escandinava y, en último término, acceder

bajo condiciones que no se exigen al resto de los locales a los que la mercantil Media Distribución sí distribuye dicha prensa.

2.- De acuerdo con los criterios de asignación de asuntos recogidos en el artículo 1 de la Ley 1/2002, de 21 de febrero, de Coordinación de las Competencias del Estado y las Comunidades Autónomas en materia de Defensa de la Competencia, mediante oficios de fecha 29 de junio de 2011 de la Dirección de Investigación de la Comisión Nacional de la Competencia y 13 de julio de 2011, del Servicio de Defensa de la Competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana, se acuerda que el conocimiento de los hechos denunciados será competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana, al valorarse que los efectos de las conductas denunciadas no afectarían a un ámbito superior al de la Comunitat Valenciana. El expediente original se recibió en fecha 19 de julio de 2011 y fue registrado en el Servicio de Defensa de la Competencia con el número 6/2011.

3.- La denuncia es presentada por D<sup>a</sup> X quien desde hace más de 30 años ha venido explotando diversos negocios de venta al público de prensa, papelería y demás artículos complementarios, entre los que se encuentra uno situado en Benidorm.

4.- La empresa denunciada es **Media Distribución Costa Blanca, S.L.**; según la información recogida en su página web ([http://www.mediacostablanca.com/eng/mediacostablanca\\_aboutus.htm](http://www.mediacostablanca.com/eng/mediacostablanca_aboutus.htm)) comenzó en 1995 a distribuir prensa sueca y noruega en la zona de Alicante. Actualmente reparten 7 días a la semana y entre 22.000 y 25.000 periódicos y revistas a la semana. De acuerdo a la información aportada distribuye en exclusiva a sesenta y seis puntos de venta en la zona de

Alicante y Murcia y a catorce puntos de venta en la zona de Mallorca los siguientes títulos:

- Noruegos: VG, Dagbladet, Aftenposten , Dagens Naringsliv, Stavanger Aftenblad, Se og Har, Alle rs, KK, Hjemmet, Norsk Ukeblad, Her og Na, Vi Meno, Kamille, Familien.
- Suecos: Expressen, Ahonbladet, Dagens Nyheter, 5venska Dagblade t, Dagens Industri,G6tehorgs Posten, Sydsvenskan, Kva llposten, G.T. , Al1ers, Svensk Damtidning, Aret Runt, Hemmets Veckotidning, Se & Hor.
- Daneses: Ekstra Bladet, B.T., Jyllands Posten, Politiken, BerJingske Tidende, Borsen.
- Finlandeses: Helsingun Sanomat, Ilta lehti, lita Sanomat, Aamulehti, Kauppalehti, Huvudstadsbladet.

5.- De acuerdo a la denuncia (folios 6-29) **Dª X**, tras volver a explotar el negocio de venta de prensa sito en Benidorm (Avda. Montbenidorm, nº 1), después de haberlo tenido arrendado durante seis años, se puso en contacto en varias ocasiones con Media Distribución para que le suministrara el fondo editorial distribuido por ésta, fundamentalmente prensa noruega; sin embargo, las referidas peticiones dieron resultado infructuoso; finalmente se recibe correo electrónico al que se adjuntaban las condiciones de venta que, de acuerdo a la denunciante, incluyen dos condiciones que no se exigen al resto de locales a los que se les distribuye la prensa por esta empresa y que son exigir una fianza de 3.000 € y un volumen de venta superior a 1.000 € mensuales. Esas condiciones restringen la competencia, al ser mucho más gravosas que las exigidas al resto de los puntos de distribución de la zona, por lo que la distribución de sus productos a un cliente dependen única y exclusivamente de la voluntad de aquella, pues si se prevé que se va a facturar 1.000, se exige un

volumen de ventas de 2.000 con lo que en cualquier momento se puede anular el punto de venta y la libre competencia. Constituyen estas conductas, de acuerdo a la denunciante, una infracción del artículo 1.1. apartados b) y d) de la LDC.

Adicionalmente, y al amparo de lo dispuesto en el Art. 40 del Reglamento de Defensa de la Competencia, se interesa la adopción de una medida cautelar consistente en ordenar la cesación o imposición de condiciones determinadas en orden a que se proceda a prestar servicio a la compareciente de los productos que distribuye Media Distribución en las mismas condiciones que lo viene haciendo al resto de comerciantes de la zona, y ello en tanto en cuanto dure la tramitación del procedimiento, y ello al entender que son importantes los daños y perjuicios que se puedan producir a su negocio al privársele de los ingresos por la venta de un producto demandado en la zona.

6.- Recibido el expediente en el Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana, el Servicio de Defensa de la Competencia comunicó esta circunstancia a la denunciante (folio 65), y acordó realizar una información reservada en fecha 1 de septiembre al amparo del artículo 49.2 LDC (folio 67).

En este marco se realizaron diversos requerimientos de información; así a la Asociación de Vendedores de Prensa de Benidorm se solicitó información sobre empresas de distribución de prensa escrita y revistas en la provincia de Alicante, número de puntos de venta minorista de prensa y revistas en la provincia de Alicante e información y datos disponibles sobre difusión de prensa escrita y revistas escandinavas en la provincia de Alicante (folios 68-69), trámite que fue evacuado por escrito que tuvo entrada en el TDC en fecha 14 de septiembre de 2011 (folio 72).

A Media Distribución se requirió información en fecha 5 de septiembre de 2011 relativa al fondo de publicaciones que distribuye, cuota de mercado que posee en el sector de la distribución de prensa diaria y revistas en la zona geográfica en la que opera, descripción detallada del sistema de suministro de prensa diaria y revistas escandinavas a los puntos de venta y condiciones del mismo con indicación de las razones que justifican su imposición, desde cuándo se aplican dichas condiciones, número de puntos de venta a los que esa mercantil provee actualmente y si de forma directa o indirecta, a través de otras sociedades, se dedica a la venta de prensa al público; este requerimiento fue contestado por escrito de fecha 19 de septiembre (folios 73-76).

7.- En fecha 10 de octubre se requirió a diversas empresas dedicadas a la distribución de publicaciones periódicas en la provincia de Alicante información sobre volúmenes de ventas en los años 2008 a 2010 e información sobre puntos de venta a los que se provee. Este trámite fue cumplimentado por las empresas requeridas a lo largo del mes de octubre (folios 96-113).

En fecha 11 de octubre se solicitó a Media Distribución información sobre volúmenes de ventas en los años 2008 a 2010, número de puntos de venta en la provincia de Alicante y explicación de los criterios y razones de las condiciones de fianza y volumen mínimo de venta mensual establecidos; requerimiento que fue cumplimentado en fecha 27 de octubre. En esa misma fecha se solicitó a la denunciante una estimación del porcentaje de su volumen de negocio que suponía la venta del fondo editorial de la mercantil Media Distribución, a lo que dio contestación por escrito de fecha 14 de octubre de 2011 (folio 101).

## II. HECHOS ACREDITADOS.

De los trámites llevados a cabo en el marco de la información reservada acordada se desprende lo siguiente:

- 1º) La denunciante explota diversos locales de venta de prensa, papelería y demás artículos complementarios y, entre ellos, uno situado en Benidorm. Durante 12 años aproximadamente le fue suministrada prensa por Media Distribución. Durante una época, arrendó el mismo a favor de otra persona a quien, entre otros distribuidores, comenzó a suministrarle prensa noruega la actualmente denunciada. Una vez concluido el contrato de arrendamiento, la denunciante se hizo cargo nuevamente del negocio y solicitó a las distintas empresas el servicio de suministro de la prensa que las mismas distribuían, sin existir problema alguno con ninguna de ellas a excepción de Media Distribución.
  
- 2º) La denunciante comenzó a solicitar el suministro del fondo editorial de Media Distribución (aunque la denunciante sitúa este hecho en el primer trimestre del año 2010 -18 meses- sólo hay evidencia a partir del primer trimestre de 2011). A lo largo del primer semestre de 2011 hubo varios intercambios de información entre denunciante y Media Distribución en orden a que la segunda suministrara el fondo editorial que distribuye en exclusiva a la denunciante; aun cuando la primera solicitud no obtuvo contestación (folios 19-20), Media Distribución se puso en contacto posteriormente con la representación de la denunciante para exponer las condiciones de distribución (folios 22 y 23). La denunciante considera que la fianza de 3.000 € no se ha exigido anteriormente a ningún otro cliente y tampoco le consta que a otros clientes se les haya exigido una facturación mensual superior a 1.000 €, por lo que solicita a Media Distribución que reconsidere su

postura y suprima esas condiciones (folio 23). Media Distribución se ratifica en sus condiciones por correo de fecha 28 de abril de 2011 (folio 28).

3º) Las principales distribuidoras de prensa escrita en la provincia de Alicante son SGEL Alicante, Distribuidora del Este, S.A., Distribuidora Editorial Costa Blanca, S.A, Val disme, S.L., Distribuidora Alicante de Ediciones, S.L. y Media Distribución, Media Distribución Costa Blanca, S.L.. Ésta última, tendría, de acuerdo a la información recabada, en torno a un 1% del mercado de distribución local de publicaciones periódicas (prensa, revistas y coleccionables) en la provincia de Alicante. Media Distribución Costa Blanca, S.L. no se dedica a la venta de prensa al público, únicamente a su distribución.

4º) Existen en torno a 1.200 puntos de venta de prensa escrita en la provincia de Alicante

5º) Las principales condiciones de suministro de Media Distribución, vigentes desde 1 de enero de 2011, son las siguientes:

- El material no se adquiere por los diversos puntos de venta, sino que es dejado en depósito por la distribuidora; los periódicos no vendidos se devuelven al día siguiente de ser entregados y las revistas se devolverán semanalmente el mismo día en que se entreguen las nuevas.
- Las entregas y devoluciones se anotan en una plantilla de duración semanal que será el justificante para la comprobación posterior de las facturas. Se realizará una

factura semanal por el importe de la prensa efectivamente vendida.

- Los puntos de venta deben constituir una fianza por importe de 3.000 con anterioridad al reparto de prensa.
- La devolución de dos recibos consecutivos sin comunicación previa de los motivos, supondrá el fin de la distribución de prensa hasta que dichos recibos no se hagan efectivos.
- El porcentaje de beneficio del vendedor directo de prensa ascenderá a un 20% sobre el precio de coste reflejado en factura.
- Si en el plazo de 3 meses a contar desde el comienzo del reparto, el volumen de facturación no superara los 1.000€ mensuales, la distribuidora se reserva el derecho a rescindir de forma unilateral el servicio, reintegrando la fianza depositada, descontando los costes ocasionados.

6º) Las razones esgrimidas por Media Distribución para exigir tanto la fianza como el volumen mínimo de venta se deben tanto a la situación económica como al sistema de trabajo.

Señala que facturan después de estar distribuyendo prensa durante una semana al punto de venta y el cargo de esa factura no se realiza hasta la semana siguiente, es decir, sus productos están a la venta durante dos semanas antes de ingresar dinero. Además, informa que algunos clientes retenían los recibos y los devolvían tres o cuatro días más tarde, lo que significa que pueden perder, si no se cobran las facturas, hasta casi tres semanas de venta después de empezar a distribuir. Esta es la razón de aumentar la fianza a 3.000 euros a partir del 2.011.



Con respecto al volumen mínimo, informa que las ventas se redujeron considerablemente durante los años 2.008 y 2.009, mientras que sus gastos se incrementaron, por una parte, debido al precio del gasóleo, que se repercutió tanto en las facturas de los repartidores autónomos como en la factura del repartidor contratado y, por otra parte, dado que se dedican a la prensa exclusivamente extranjera, a la depreciación del euro que supuso un aumento de las facturas recibidas.

En cuanto a la ampliación de número de puntos de venta informa la mercantil Media Distribución que durante el año 2.010 se consiguió mantener las ventas pero se necesitaba un control de los costes. Así pues, tomaron la decisión de no abrir puntos de venta ni muy cercanos a los que ya existían ni con facturaciones muy reducidas, ya que esto sólo supondría distribuir los ingresos entre los puntos de venta pero aumentar considerablemente sus costes tanto a nivel de reparto como a nivel administrativo. Dado que se centran en clientes escandinavos exclusivamente es absurdo y costoso repartir en aquellos puntos de venta donde no existe ninguna aglomeración de los mismos capaz de justificar el aumento de costes.

- 7º) La denunciante estima entre unos 1.000 y 1.500 € mensuales la pérdida de ingresos por la falta de suministro del fondo editorial de la mercantil Media Distribución.

### **III. MERCADO DE REFERENCIA**

Conviene centrar el mercado de referencia para poder valorar adecuadamente la conducta objeto de denuncia.

El sector de la distribución de publicaciones periódicas ha sido objeto de análisis en numerosos casos por las autoridades españolas de competencia<sup>1</sup>. De acuerdo a estos precedentes, y en el marco de este expediente, la distribución de publicaciones periódicas vendría definido por los siguientes aspectos:

- Desde la perspectiva del producto, cabría definirlo como **la distribución a nivel local de publicaciones periódicas**, enmarcado dentro del más amplio y genérico de distribución de publicaciones periódicas que se articula en torno a cuatro tipos de agentes económicos: empresas editoras, distribuidores nacionales, distribuidores locales y puntos de venta. Englobaría tanto prensa diaria, como revistas y coleccionables pues ya se trate de distribución de prensa diaria como de revistas o publicaciones periódicas en general se utilizan los mismos medios logísticos de almacenaje y transporte (ninguno de ellos requiere tratamiento específico), el modelo de distribución es igual (las empresas distribuidoras entregan o retiran las publicaciones periódicas a los puntos de venta en concepto de depósito, retirando los ejemplares no vendidos) y los canales de distribución son los mismos

---

<sup>1</sup> Así, en el ámbito de conductas, las Resoluciones TDC 285/98 Prensa Santander y 9 de febrero de 2001 Prensa Sevilla, 10 de febrero de 2004 Distribuidora Peña Sagra; Consejo de Defensa de la Competencia de Andalucía Exp.S/01/2009 Distrimedios; Tribunal Catalán de Defensa de la Competencia Exp AR 22/07, MARY / SGEL; Comisión Nacional de la Competencia Expte SA CAN 0009/10 de 30 de junio 2011. En el ámbito de control de concentraciones, resolución Expte. C-0246/10 de fecha 28 de julio de 2010.

(quioscos, papelerías, librerías...). El Pleno del Tribunal no considera que el idioma en el que se editan las diversas publicaciones sea un factor lo suficientemente relevante y determinante en el conjunto del análisis del sector como para considerar tantos subsectores o mercados como idiomas de edición existen, esto es, el idioma en que está editado una determinada publicación no es un elemento tan único y tan distinto de los sustitutos como para llegar a constituir un mercado separado por cada uno de los idiomas, pues ello conduciría a definir mercados excesivamente estrechos (en este sentido, Resoluciones TDC 26 de octubre de 2004 -Expte. r 623/04, UCOES/WARNACO- y CNC 17 de febrero de 2010 -Expte S/117/2008 ITW LIMITED-SEPISA- y 1 de septiembre de 2011 - Expte SA/CAN/0010/10 Uniformes Canarias).

- La mayoría de las relaciones contractuales en el sector de la distribución en prensa se establecen mediante contratos estimatorios en virtud de los que el distribuidor (mayorista) entrega al comerciante minorista los productos o mercancías con valor estimado que éste podrá vender en su establecimiento, sin previa adquisición en firme de las mismas. Normalmente existe el derecho a devolver los ejemplares no vendidos en el momento acordado.
- El precio de venta al público es fijado por el editor, quien también determina un margen global o comisión (% sobre el precio de venta al público deducido el IVA de los ejemplares efectivamente vendidos) que se reparte entre el distribuidor nacional, el distribuidor local y el punto de venta. La remuneración del punto de venta resulta de la cesión de una parte de la comisión cobrada por las distribuidoras y su porcentaje es establecido por la empresa distribuidora.

- La distribución exclusiva de conjuntos de publicaciones constituye una conducta habitual en el sector, dado que la brevedad de la vida útil de las publicaciones requiere un control de la distribución y de los ejemplares invendidos por parte de las editoras.
- Desde el punto de vista geográfico, la distribución de publicaciones periódicas se puede analizar desde dos tipos de empresas distribuidoras: de ámbito nacional, aquellas que reciben del editor el producto y lo entregan al distribuidor local para que éste a su vez lo distribuya al punto de venta (distribuidor minorista). Las características del mercado y los elevados costes de logística y transporte hacen más eficiente dividir el servicio por rutas y restringir la distribución a una zona de ámbito regional, provincial o incluso local. En el ámbito de este expediente se considerará el mercado de distribución local de publicaciones periódicas en la provincia de Alicante.

En consecuencia, en el ámbito de este expediente, las conductas se analizarán en el mercado de la distribución local de publicaciones periódicas (prensa, revistas y coleccionables) en la provincia de Alicante.

#### **IV. VALORACIÓN JURÍDICA**

La denuncia plantea como contrarios a la LDC y, por tanto, sancionables, la conducta de Media Distribución de negativa de suministro y de aplicación en último término de unas condiciones de relación mercantil inequitativas, enmarcando tal conducta en un supuesto de conducta colusoria del art. 1.1 letras b) “la limitación o el control de la producción, la distribución, el desarrollo técnico o las inversiones” y d) “la aplicación, en las relaciones comerciales o de servicio, de condiciones desiguales para prestaciones

equivalentes que coloquen a unos competidores en situación desventajosa frente a otros”.

Como ha señalado la CNC (Resolución 14 de octubre de 2010 Expte. S/0263/10), la negativa de suministro sólo se considera práctica prohibida en dos supuestos: cuando se da una práctica concertada entre varias empresas con una clara finalidad anticompetitiva (art. 1 LDC) o cuando es práctica de una sola empresa que tiene posición de dominio en el mercado (art. 2 LDC). Igualmente (Resolución 30 de junio de 2011 Expte. SA CAN 0009/10 Dististribución Prensa y Revistas) el Consejo de la CNC afirma (FD 2º): *“La negativa de suministro es una conducta que guarda relación con los abusos exclusionarios. 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 o se refuerce en el que ya está presente, de tal forma que la competencia se debilite.”*

En primer lugar, y por lo que hace a la concurrencia de una conducta colusoria tipificada en el artículo 1 de la LDC, es requisito del tipo la pluralidad de partes, por lo que en los hechos denunciados tan sólo podría

hablarse de infracción del artículo 1 ante un supuesto acuerdo anticompetitivo entre Media Distribución y algún competidor de la denunciante con el objeto de expulsar a ésta última del mercado. En la denuncia se alude al hecho de que la antigua arrendataria del local propiedad de la denunciante era suministrada por Media Distribución y que, una vez resuelto el contrato de arrendamiento, se estableció en las proximidades del local de Media Distribución desarrollando la misma actividad. Suponiendo que Media Distribución siga suministrando su fondo editorial a la antigua arrendataria en un local próximo al de la denunciante, y que esta circunstancia hubiera podido ser motivo del silencio inicial a la solicitud de suministro, lo cierto es que esto por sí mismo no constituye ni prueba ni indicio de un supuesto acuerdo anticompetitivo, pues existen razones y justificaciones alternativas que explican el comportamiento de la Media Distribución; como ha señalado Media Distribución en su contestación (folio 110-111) en un intento por reducir los costes (los costes de transporte representan un porcentaje muy importante del negocio) tomaron la decisión de no abrir puntos de venta ni muy cercanos a los que ya existían ni con facturaciones muy reducidas, ya que esto sólo supondría distribuir los ingresos entre los puntos de venta pero aumentar considerablemente sus costes tanto a nivel de reparto como a nivel administrativo; dado que su fondo editorial va dirigido a clientes escandinavos exclusivamente sería absurdo y costoso repartir en aquellos puntos de venta donde no existe ninguna aglomeración de los mismos capaz de justificar el aumento de costes.

El análisis de una conducta supuestamente abusiva de una posición de dominio exige, en virtud del artículo 2 de la LDC, determinar la concurrencia de dos elementos, siguiendo la doctrina jurisprudencial (ss TS 8 de mayo de 2003 -rec.4495/1998-, 15 de octubre de 2008 -rec.709/2006-, 1 de junio de 2010 -rec. 4222/2007-):

- Existencia de posición de dominio, presupuesto del análisis posterior del abuso. La doctrina viene a definir la posición de dominio como la situación de fortaleza económica en que se encuentra una empresa que le permite evitar que en el mercado en cuestión se mantenga una competencia real por conferirle el poder de conducirse con un grado apreciable de independencia frente a competidores, proveedores y clientes y, finalmente, los consumidores.
- Existencia de un abuso de esa posición de dominio. Como señala el Tribunal Supremo la explotación abusiva es una modalidad singular del abuso de derecho; un tipo cualificado de éste, que con sustento en la privilegiada libertad económica de que goza la empresa dominante, sobrepasa los límites normales del ejercicio del derecho para obtener ventajas de las transacciones, carentes de justificación, que no habría podido obtener en caso de una competencia practicable y suficientemente eficaz, lesionando directamente los intereses de terceros o el interés general al que atiende el sistema de defensa de la competencia. Es, en suma, un ejercicio antisocial de la excepcional libertad económica que otorga una posición de dominio en el mercado. La valoración ha de atender al carácter objetivamente antijurídico de la actuación.

La **posición de dominio** ha de analizarse en el marco de un mercado concreto; como se ha argumentado anteriormente, el mercado de referencia en este caso es el mercado de la distribución local de publicaciones periódicas (prensa, revistas y coleccionables) en la provincia de Alicante. Media Distribución opera en él distribuyendo en exclusiva una serie de publicaciones diarias y revistas de origen escandinavo; sin embargo, no se considera que esta circunstancia sea un elemento por sí mismo revelador de una posición de dominio, pues como se ha señalado

igualmente más arriba, sólo existe posición de dominio en caso de distribución de bienes para los que no existan sustitutos efectivos, y en el caso de las publicaciones periódicas, como el analizado, está claro que existe una amplia variedad de oferta que impide considerar las exclusivas sobre un determinado fondo editorial como una condición determinante de una posición dominante; adicionalmente, el idioma en el que se editan las diversas publicaciones no es, a juicio de este Pleno, un factor lo suficientemente relevante y determinante en el conjunto del análisis del sector como para considerar tantos subsectores o mercados como idiomas de edición existen, esto es, el idioma en que está editado una determinada publicación no es un elemento tan único y tan distinto de los sustitutivos como para llegar a constituir un mercado separado por cada uno de los idiomas, pues ello conduciría a definir mercados excesivamente estrechos (en este sentido, Resoluciones TDC 26 de octubre de 2004 -Expte. r 623/04, UCOES/WARNACO- y CNC 17 de febrero de 2010 -Expte S/117/2008 ITW LIMITED-SEPISA- y 1 de septiembre de 2011 -Expte SA/CAN/0010/10 Uniformes Canarias).

Teniendo en cuenta lo anterior, se ha analizado la posición de la empresa Media Distribución en el mercado de referencia, analizando los volúmenes de venta en el período 2008-2010 de las seis principales empresas operadoras, resultando que su cuota de mercado no llegaría al 1%, lo que excluye directamente una posición de dominio.

No obstante lo anterior, y aun cuando, considerando el mercado relevante desde una perspectiva más restringida o estrecha, se pudiera sostener que sí existe una posición de dominio, el análisis de la conducta no resulta en la apreciación de **elemento de abuso**, por las siguientes razones:



- Las negativas de suministro plantean por lo general problemas de competencia cuando la empresa dominante compite en el mercado «descendente» con el comprador al que se niega a suministrar (Comunicación de la Comisión— Orientaciones sobre las prioridades de control de la Comisión en su aplicación del artículo 82 del Tratado CE a la conducta excluyente abusiva de las empresas dominantes. DOUE C45 24.2.2009). Sin embargo, la empresa Media Distribución no está presente en el mercado de venta al público de prensa, no compite con la denunciante, por lo que carecería de interés o incentivo alguno en realizar una negativa de suministro con fines anticompetitivos.
- Dada la reducida cuota de mercado de Media Distribución en el mercado relevante (1%), se puede concluir que la falta de disposición de su fondo editorial difícilmente puede suponer impedimento o peligro para la viabilidad del negocio de la denunciante, por lo que no se restringe la competencia en el sector de venta al público (minorista) de manera contraria al interés general.
- Las condiciones que la denunciante considera inequitativas en relación a las que rigen las relaciones con los titulares de otros puntos de venta han sido adoptadas por la denunciante a la vista de la evolución negativa del sector que no sólo pone de manifiesto en su contestación (folio 110-111), sino que se desprende de la evolución global de los resultados de las empresas consultadas; así, entre el año 2008 y el año 2010 se constata una pérdida de un 16% en términos de valor en el sector, lo que apoyaría la razonabilidad de las medidas adoptada por Media Distribución.
- Las nuevas condiciones se aplican de manera generalizada desde enero de 2011 y se consideran justificadas y razonables, a la vista de los argumentos expuestos por la empresa Media Distribución (apartado 5º de Información recabada).

En resumen, no se aprecian indicios de infracción de la LDC que justifiquen la incoación de expediente sancionador por lo que, en relación a la solicitud de adopción de medidas cautelares y teniendo en cuenta la regulación de las mismas en el artículo 54 LDC, no procede realizar valoración alguna sobre su pertinencia.

Por todo lo expuesto, vistos los preceptos citados, y los demás de general aplicación, el Ponente que suscribe propone al Pleno del Tribunal de Defensa de la Competencia de la Comunitat Valenciana la siguiente:

## RESOLUCIÓN

ÚNICO.- No incoar expediente sancionador y archivar las actuaciones seguidas por el Servicio de Defensa de la Competencia como consecuencia de la denuncia presentada por D<sup>a</sup> X contra la mercantil Media Distribución Costa Blanca S, L, por no haber indicios de infracción de la Ley 15/2007, De Defensa de la Competencia.

COMUNÍQUESE la presente Resolución al Servicio de Defensa de la Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que contra ella no cabe recurso alguno en vía administrativa, pudiendo interponer recurso contencioso administrativo ante la Sala de lo Contencioso Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana en el plazo de dos meses contados desde la notificación de esta Resolución.