



Madrid, 17 de Noviembre, 2003

Altadis recurrirá ante el Supremo la sentencia de la Audiencia Nacional en el 'caso McLane'

- **Considera que la Audiencia no ha contestado a la cuestión de cuál es el mercado relevante del tabaco en España y que no analiza la situación de dominio en estos momentos**
- **La compañía subraya que existe un voto particular que considera que la sentencia incurre en una "falta de motivación" y en "incongruencia omisiva" que "la hacen incompatible con el artículo 24.1 de la Constitución".**

Altadis recurrirá ante el Tribunal Supremo la sentencia de la Sección Sexta de la Sala de lo Contencioso Administrativo de la Audiencia Nacional que confirma a su vez una resolución del Tribunal de Defensa de la Competencia, según la cual Altadis debe suministrar sus productos a la distribuidora McLane.

La sentencia no ha sido unánime. Un voto particular considera que no se han contestado de forma suficiente las cuestiones planteadas: por un lado, en todo lo referente a cuál es el mercado relevante en este caso y, por otro, en dirimir si Altadis mantiene en estos momentos una posición de dominio en ese mercado. Con relación al primero, el voto señala literalmente que existe "un error en la sentencia" en cuanto a la delimitación material del mercado, punto absolutamente clave en la argumentación de Altadis; con relación al segundo, apunta que el fundamento de la sentencia se basa exclusivamente en el hecho de "haberse negado la recurrente a suministrar sus productos a McLane en 1996", y no en la situación actual.

Respecto al primer punto, Altadis considera que la Audiencia no se pronuncia sobre la cuestión de cuál es el mercado relevante. La compañía había argumentado que éste consiste en "la totalidad de las ventas de labores de tabaco realizadas en España", extremo que la sentencia no aborda. El voto particular subraya en este extremo que "la sentencia debió dar una respuesta (...) de capital importancia para el posterior desarrollo del proceso".

Comunicado



Respecto al segundo punto, Altadis mantiene que no tiene posición de dominio en estos momentos, cuestión que no es contestada en la sentencia. En este sentido, el voto particular subraya que “este Tribunal, comparta o no dicha solución, está obligado por el principio de congruencia de las resoluciones judiciales a contestar de forma razonada a dicha petición (...). Al no haberlo hecho así, en mi opinión, se ha incurrido en incongruencia omisiva ya que se limita a dar una respuesta estereotipada, válida para cualquier proceso, en la que genéricamente se refiere a la intimación, pero en ningún caso respecto del concreto problema planteado en la demanda”.

Altadis entiende que el Tribunal no ha tenido en cuenta que la compañía no ostenta posición de dominio en estos momentos, aun a pesar de haber considerado pertinente la prueba destinada a acreditar que la cuota de mercado en 2002 no sólo no era dominante sino que era inferior a la de otros competidores. De ser cierto este argumento sería la primera vez que se impone un operador logístico a una compañía que no tiene posición de dominio. Según destaca el propio voto particular, el fundamento de la sentencia se basa exclusivamente en el hecho de “haberse negado la recurrente a suministrar sus productos a McLane en 1996”.

Antecedentes

Este contencioso proviene de la denuncia presentada por McLane ante el Tribunal de la Competencia contra Tabacalera (actualmente Altadis) en septiembre de 1996 en la que exigía distribuir sus marcas. El TDC resolvió con fecha 24 de abril de 2002 que Altadis debía suministrar sus productos a McLane. Altadis recurrió esta Resolución ante la Audiencia Nacional, que, en un auto previo dictado con motivo de la suspensión parcial de la ejecución de dicha Resolución, impuso la necesidad de que existiera un contrato previo entre las partes.

Altadis reitera su compromiso de cumplir tanto ésta como cualquier otra decisión judicial, sin perjuicio de las acciones que le permite el ordenamiento jurídico. En este sentido, Altadis ha decidido interponer Recurso de Casación ante el Tribunal Supremo contra esta sentencia y mantiene que:

1.- Se impone a Altadis un proveedor de servicios logísticos. No hay ningún precedente como éste ni en España ni en el resto de la Unión Europea. Es, por tanto, la primera vez que se obliga a una empresa que ya tiene organizada su logística a contratar sus servicios con un operador determinado. Esta imposición de contratación de servicios no tiene base legal

Comunicado



ni en el derecho de la competencia español ni en las normas de competencia comunitaria.

Cabe recordar en este sentido que todos y cada uno de los fabricantes que operan en el mercado nacional eligen libremente su distribuidor, elección que se impide a Altadis y, además, se le impone un proveedor concreto.

2.- El marco legal del mercado de tabaco ha cambiado sustancialmente desde 1996, aspecto que no se ha tenido en cuenta. Los mercados de fabricación y distribución mayorista están completamente liberalizados. El de fabricación está liberalizado desde 1998. Por otra parte, las modificaciones legales introducidas en los años 1999 y 2000 han liberalizado por completo el sector de la distribución mayorista de tabaco en España al eliminar la obligación de dar servicio a todo el territorio peninsular y balear por parte de los distribuidores, por lo que favorece la actividad de los distribuidores locales. Además, les permite compatibilizar el transporte de tabaco con el de cualquier producto.

3.- Se crea un precedente en el sector logístico en general que podría llevar a situaciones anticompetitivas, ya que se podría dar la contradicción de que los fabricantes estuvieran obligados a dar sus productos a cualquier distribuidor que se lo pida, con independencia de sus capacidades empresariales y técnicas, lo que desincentivaría completamente la competencia entre ellos al no tener que esforzarse por obtener producto.

4.- No se favorece a los consumidores. Cada fabricante establece el precio de sus marcas, en régimen de libre competencia, sobre el que los estancieros obtienen un margen fijado por ley. El segundo canal (máquinas, bares, restaurantes, etc.) también tiene un margen establecido por ley. Los distribuidores mayoristas no intervienen en ningún caso en el PVP final.