

CNMC ARCHIVA LA DENUNCIA PRESENTADA POR FIAB Y PROMARCA CONTRA LA ALIANZA FIRMADA POR EROSKI Y DIA

- **En su escrito el Organismo afirma que el poder de mercado ostentado por EROSKI y DIA no es lo suficientemente elevado como para que el acuerdo plantee riesgos para la competencia**
- **Añade que los proveedores cuentan con un poder de negociación suficiente para forzar el establecimiento de condiciones no restrictivas de la competencia**

Elorrio, 17 de octubre de 2016.- El pasado 25 de noviembre de 2015 [EROSKI](#) y DIA fueron denunciadas por la FIAB y PROMARCA ante la Comisión Nacional de Mercados y Competencia (CNMC) por posibles conductas constitutivas de infracción de lo dispuesto en la ley de Defensa de la Competencia. En concreto, consideraban que la alianza firmada por EROSKI y DIA incurría en: fijación de precios, limitación de las inversiones a la innovación o promoción, obligación de condiciones semejantes a prestaciones diferentes y subordinación de la celebración de contratos con ambos a la aceptación de pagos y condiciones comerciales que no guardan relación con el acuerdo de suministro con cada distribuidor. Junto a ello, FIAB y PROMARCA denunciaban que la aplicación del acuerdo daría lugar a conductas que podrían considerarse abuso de posición dominante.

La CNMC entiende que el poder de mercado ostentado por EROSKI y DIA de forma conjunta, no es lo suficientemente elevado como para que su acuerdo plantee riesgos para la competencia. En particular, considera que los proveedores cuentan con un importante poder de negociación por la combinación de dos factores, las cuotas de EROSKI y DIA en el mercado de aprovisionamiento de bienes, y la competencia existente en el mercado de distribución minorista, que actuaría como factor de refuerzo de la posición negociadora de los proveedores, habida cuenta de la notoriedad de sus marcas, y que dificulta, por el propio interés de EROSKI y DIA, una ruptura de las relaciones comerciales. Por todo ello, los proveedores cuentan con un poder de negociación suficiente para forzar el establecimiento de condiciones no restrictivas de la competencia.

La Sala recuerda, además, que aunque no tiene constancia de la existencia de acuerdos similares en España (sin perjuicio de la existencia de centrales de compra) en Francia se ha desarrollado una red de acuerdos similar entre los 6 principales operadores de mercado.

Por último ha considerado que el Acuerdo es susceptible de generar **efectos positivos para los consumidores** lo que reduce notablemente la posibilidad de incidir negativamente en el interés general.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)