



# Capsulas

## ¿Quién ha vendido mi queso?

*Reflexiones sobre los pactos de exclusividad territorial a partir de la sentencia del TJUE en el asunto C-581/23 (Beevers Kaas)*

### Antecedentes

Los acuerdos verticales son aquellos entre dos o más empresas que operan en distintos niveles de la cadena de producción o distribución y establecen las condiciones en las que las partes pueden comprar, vender o revender determinados productos o servicios. En el sector farmacéutico abundan este tipo de acuerdos. Los acuerdos de suministro, de distribución, o de co-marketing son un buen ejemplo.

La sentencia que comentamos aborda algunas cuestiones relacionadas con la exclusividad territorial y ofrece pautas útiles en relación con este tipo de cláusulas.

En este caso, la empresa Cono, fabricante de quesos de los Países Bajos concedió a una empresa belga llamada Beevers Kaas un contrato de distribución exclusiva para la comercialización de su queso Beemster en Bélgica.

En todo contrato de este tipo, una de las cuestiones más relevantes es determinar qué supone la concesión de exclusividad. La normativa europea permite a un fabricante prohibir al distribuidor exclusivo que lleve a cabo ventas activas del producto en territorios que el fabricante se haya reservado para sí o para otros distribuidores. Beevers Kaas, en este sentido, debería abstenerse de realizar actos encaminados a obtener pedidos de clientes fuera del territorio asignado; y esta restricción sería generalmente admisible.

Ahora bien, ¿qué ocurre si un cliente de Cono en los Países Bajos compra partidas de queso Beemster en los Países Bajos, y las pone en el mercado en Bélgica realizando una política activa de ventas en Bélgica? ¿Supone esto de forma concluyente que Cono está infringiendo los derechos de exclusividad concedidos a Beever Kaas? ¿Puede Beever Kaas oponerse a que el cliente de Cono que ha comprado estas partidas de queso Beemster en los Países Bajos los ponga en el mercado en Bélgica? Y si lo hace, ¿está actuando Beever Kaas en contra de las normas reguladoras de la competencia?

### Las ideas que se derivan de la Sentencia

En primera instancia, en Bélgica, se dictaminó que Beever Kaas no podía oponerse a que el cliente de Cono que compró esas partidas de queso Beemster en los Países Bajos las comercializase en Bélgica.

El TJUE, por su parte, señala que la exclusividad territorial sólo puede invocarse en caso de existir un acuerdo (que puede ser expreso o tácito) entre el fabricante y sus otros clientes. Ese acuerdo expreso o tácito será admisible desde el punto de vista del derecho de la competencia si su finalidad es proteger los derechos legítimos del distribuidor exclusivo. Cono, por tanto, puede imponer a sus clientes con los que no tiene un contrato de distribución exclusiva, que se abstengan de llevar a cabo una política de ventas activas del producto en Bélgica porque el territorio de Bélgica queda reservado a Beever Kaas.



## ¿Quién ha vendido mi queso?

El acuerdo, como decimos, puede ser expreso o tácito; pero sólo se considera que existe un acuerdo tácito si existen conductas inequívocas que demuestren aceptación, por parte del cliente, de la prohibición de llevar a cabo ventas activas en territorios reservados a distribuidores exclusivos del fabricante. Además, el TJUE deja claro que la carga de la prueba recae sobre quien pretende hacer valer la exclusividad.

### Conclusión

La sentencia refuerza la necesidad de contratos claros y documentación sólida, especialmente en sectores donde la protección de la distribución exclusiva es habitual y estratégica.

Los distribuidores exclusivos harán bien en revisar que su contrato recoja la idea de que el fabricante que concede la exclusiva impondrá a sus otros clientes, ya sea mediante contrato o mediante sus condiciones de venta, la prohibición de llevar a cabo una política activa de ventas en el territorio concedido al distribuidor.

En cuanto a los fabricantes, ofrecer un plus de tranquilidad a sus distribuidores puede ayudar en las negociaciones de cláusulas importantes tales como el volumen de compras mínimas o las inversiones promocionales que el distribuidor deba llevar a cabo en el territorio concedido.

Finalmente conviene no olvidar que las normas de competencia que aplican a estos contratos contienen muchas otras reglas imperativas que deben respetarse y limitan sus efectos en el caso de compañías con elevado poder de mercado, lo cual supone la necesidad de realizar un análisis individualizado en cada caso.

.....