

REINO UNIDO: GOLF, RESTRICCIONES VERTICALES Y COMERCIO ELECTRÓNICO



En Agosto de 2017, la Autoridad de defensa de la Competencia del Reino Unido (UK Competition and Markets Authority) concluyó su expediente sancionador contra el fabricante de palos de golf [PING Europe Ltd con una sanción de 1.450.000 Libras](#). De acuerdo con la CMA, PING ha infringido el art. 101 TFUE y el artículo 1 de la norma de defensa de la competencia británica (Competition Act 1998) al prohibir la venta de palos de golf de PING en internet. La CMA ha publicado recientemente la versión no confidencial de la decisión que detalla el caso y los argumentos de la CMA. PING ha interpuesto un recurso de apelación ante el [CAT](#).

HECHOS

PING es uno de los principales fabricantes de palos de golf, accesorios y ropa para golf. En el Reino Unido opera con un sistema de distribución selectiva suministrando sus productos a determinados distribuidores que cumplen con los requisitos de calidad que establece la marca. PING defiende que la elección de los palos de golf es mejor y más acertada si se realiza con un asesoramiento individualizado para cada consumidor. En opinión de PING, este asesoramiento y selección individualizada no se pueden realizar través de internet. Por ello, PING prohibió a sus vendedores autorizados vender sus palos de golf en internet. Tras recibir una denuncia, la CMA ha concluido su investigación imponiendo la sanción citada.

LAS CONCLUSIONES DE LA CMA

La CMA basa su decisión en la doctrina [Pierre Fabre](#) afirmando que la prohibición absoluta de venta en internet supone una restricción “por objeto” prohibida por el art. 101 TFUE. De acuerdo con la CMA la prohibición reduce la posibilidad de los vendedores de alcanzar posibles clientes fuera de su ámbito geográfico ofreciendo mejores precios a través de internet. La CMA continúa aplicando también los criterios propuestos por AG Wahl en el caso *Coty*. En su opinion AG Wahl compara la prohibición contractual (que prohibía la venta online en las plataformas de terceros) con prohibiciones más serias tales como prohibir por completo la venta en internet (*Pierre Fabre*). La CMA resalta en su decisión que otros competidores de alta gama como Callaway y Titleist no prohíben las ventas a través de internet. Como alternativa a la prohibición total, la CMA propone la venta online a través de aquellos distribuidores que puedan asesorar de forma individualizada a través de internet.

LA APELACIÓN DE PING

En su [recurso de apelación](#), PING resalta que su política de Internet es un elemento pro competitivo importante necesario para mantener su compromiso con el asesoramiento individualizado y *custom fitting* de los palos de golf. PING considera que la CMA se ha equivocado al considerar la prohibición de venta en internet como al desproporcionado y las alternativas propuestas por la CMA, son en opinión de PING inviables en la práctica. La vista ante el CAT tendrá lugar en mayo de 2018.

Fuente: [CAT](#)