

En el expediente GS 03/07, seguido ante este Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia-Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia, se ha emitido con fecha 23 de febrero de 2007, Dictamen que literalmente transcrito dice:

Expediente GS 03/07 FORUM SPORT/MEGAPARK-BARAKALDO

PLENO:

Ilmos. Sres:

Juan Luis Crucelegui Gárate, Presidente.
Javier Berasategi Torices, Vicepresidente.
Joseba Andoni Bikandi Arana, Vocal.

Vitoria-Gasteiz, a 23 de Febrero de 2007.

Estudiada la información aportada en la solicitud de autorización formulada por la empresa FORUM SPORT, S.A. para la implantación de un establecimiento de equipamiento deportivo en el Parque Comercial Megapark, de Barakaldo (Bizkaia), el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia concluye que la implantación solicitada tiene efectos favorables a la libre competencia en el mercado afectado.

Firmado: Juan Luis Crucelegui Gárate, Javier Berasategi Torices y Joseba Andoni Bikandi Arana.

Lo que se comunica a esa Dirección General, con remisión de copia del Acuerdo e informe que se notifica.

Gasteiz, 23 de febrero 2007

**AUZITEGIAREN IDAZKARIA
EL SECRETARIO DEL TRIBUNAL**

Firmado: Joseba Andoni Bikandi Arana

**Ilmo. Sr. D. José Luis Montalbán Monge
Departamento de Industria, Comercio y Turismo
Donostia-San Sebastián, 1 -01010 VITORIA-GASTEIZ**

LEHIAREN DEFENTSARAKO EUSKAL AUZITEGIA
TRIBUNAL VASCO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

INFORME

Informe de GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES (GS 03/07 FORUM SPORT/MEGAPARK-BARAKALDO)

SOLICITANTE: FORUM SPORT S.A.

OBJETO: Solicitud de autorización para la implantación de un establecimiento de equipamiento deportivo en el Parque Comercial Megapark, de Barakaldo (Bizkaia).

I. ANTECEDENTES

1. El día 23 de enero de 2007 tuvo entrada en el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia un escrito del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco, en petición de informe sobre la solicitud de una licencia para la implantación de un establecimiento de equipamiento deportivo en el Parque Comercial Megapark, de Barakaldo (Bizkaia) por parte de la empresa FORUM SPORT S.A. El escrito y la documentación que lo acompaña se cursa en cumplimiento de lo establecido en el artículo 13, apartado 7º de la Ley 7/1994 de la Actividad Comercial (Ley 7/1994)¹, en el artículo 6,2 de la Ley 7/96, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista y del artículo 7,3º del Decreto 244/2006, de 28 de noviembre, que modifica el Decreto 58/2001.
2. El día 19 de octubre de 2006 tuvo entrada en el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia- Lehiaren Defentsarako Euskal Auzitegia (“el Tribunal“) un escrito del Departamento de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno Vasco- Eusko Jaurlaritza, en petición de informe sobre mercados en relación con las implicaciones, en el ámbito de la competencia, de la implantación de un establecimiento comercial de equipamiento deportivo.
3. El día 1 de diciembre de 2006, el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia emitió dictamen en relación a la solicitud de informe sobre mercados Exp. I.M. 01/06, MEGAPARK/BARAKALDO/FORUM SPORT, S.A., realizado en base al artículo 6, h) del Decreto 81/2005, de 12 de abril, en el que concluía que la nueva implantación de un establecimiento comercial de la enseña FORUM SPORT en el Parque Comercial Megapark sito en el municipio de Barakaldo, aumentará considerablemente la competencia, reducirá la posición de dominio de DECATHLON y en consecuencia será muy beneficiosa para el consumidor de Ezkeraldea.
4. Para la elaboración del proyecto de informe que se ha de elevar al Pleno del Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia, con el fin de que emita el correspondiente dictamen, fue designado Ponente el Vocal D. Juan Luis Crucelegui Gárate.
5. El informe se realiza fundamentalmente en base a los datos facilitados por el propio solicitante.

II. OBJETO DEL INFORME Y MARCO LEGAL

6. La Ley 7/2000 de 10 de noviembre modificó el artículo 13 de la Ley 7/1994 para introducir con carácter general un sistema de autorización de grandes superficies comerciales, en virtud del cual la apertura, modificación de actividad o la ampliación de un gran establecimiento queda sujeta a la obtención de una licencia comercial específica que otorgará el Gobierno Vasco a través de su Departamento de Industria, Comercio y Turismo.

¹ El nuevo artículo 13 fue introducido por la Ley 7/2000 de 10 de noviembre.

7. En virtud del artículo 13, apartado 5º de la Ley 7/1994 “el otorgamiento o denegación de la licencia comercial específica se acordará ponderando especialmente la existencia o no de un equipamiento comercial adecuado en el ámbito territorial afectado por el nuevo establecimiento y los efectos que éste pudiera ejercer sobre la estructura comercial de aquél”.
8. Conviene reseñar que, según lo dispuesto en el artículo 6, apartado 4º de la Ley 7/1996 de 15 de enero de Ordenación del Comercio Minorista, “el efecto sobre la estructura comercial existente se valorará teniendo en cuenta la mejora [...] para la libre competencia”.
9. El artículo 5, apartado 5º del Decreto 58/2001, de 27 de marzo, sobre implantación, modificación y ampliación de grandes establecimientos comerciales, modificado por el Decreto 244/2006, de 28 de noviembre, de modificación del Decreto sobre implantación, modificación y ampliación de grandes establecimientos comerciales señala que “en las comarcas en las que la superficie máxima de venta al público mediante gran establecimiento comercial esté agotada y se aprecien distorsiones en la libre competencia, a instancia del órgano de defensa de la competencia, se ampliará la superficie de venta disponible hasta un máximo de 2.500 m²”.
10. El apartado 7º del artículo 13 de la Ley 7/1994 establece que “en el procedimiento de concesión de licencias de gran establecimiento comercial se solicitará informe del órgano que tuviera asignado el control y la garantía de la defensa de la competencia”. El objeto del presente informe consiste por lo tanto en valorar los efectos sobre la libre competencia derivados de la ampliación del establecimiento cuya autorización se solicita.

III. INFORMACIÓN RELATIVA AL SOLICITANTE.

11. La empresa FORUM SPORT S.A. dedicada a la distribución al por menor de artículos deportivos y servicios complementarios al ocio y al tiempo libre con NIF A-48/450456, tiene como representante legal a D. Francisco Fernández Allende, con DNI 16047681Y con domicilio a efectos de notificaciones en Basauri 48970, Barrio Etxerre s/n (Bizkaia).

IV. INFORMACIÓN RELATIVA AL PROYECTO.

12. El proyecto para el que FORUM SPORT S.A. solicita licencia consiste en la implantación de un establecimiento de equipamiento deportivo en el parque comercial Megapark, de Barakaldo (Bizkaia), sito en el Barrio Ibarreña-Zuloko con una superficie total de venta de 77.839 m². El establecimiento para el que se solicita su implantación tendrá una superficie de ventas de 2.500 m². El régimen de tenencia será alquiler por parte de FORUM SPORT S.A.

13. El calendario de ejecución del proyecto es el siguiente:

- Firma del contrato de arrendamiento : 15 de diciembre de 2006.
- Solicitud licencia comercial : Diciembre 2006.
- Licencia obras y actividad : 31 de enero 2007.
- Apertura al público : 1 de septiembre 2007.

14. El promotor no señala información relacionada con la creación de puestos de trabajo, aparcamientos e importe de la inversión.

V. EL MERCADO RELEVANTE

15. La delimitación del mercado de referencia es uno de los aspectos destacados que deben abordarse en cualquier análisis relacionado con los efectos sobre la competencia derivados de la implantación o ampliación de un centro comercial.

V.1. Mercado de producto de referencia

16. Las tiendas del Grupo Forum Sport se dedican a la venta minorista de artículos de deportes, material deportivo, prendas deportivas, calzado deportivo y complementos.

17. Las tiendas de la empresa FORUM. se dedican a la venta minorista de artículos del segmento de ocio y deporte que podríamos concretar en prendas, zapatos y otros equipamientos deportivos en relación a montaña, esquí, ciclismo, fútbol, golf, tenis, atletismo, pádel, surf, windsurf, fitness, pesca, etc..

18. A la hora de definir el mercado de producto en materia de distribución al por menor de artículos deportivos y servicios complementarios al ocio y tiempo libre es necesario tener en cuenta, por una parte, la naturaleza y destino de los productos, y por otra, las características de la demanda y de la oferta de dichos productos.

19. Si bien no parecen existir precedentes comunitarios o nacionales en el que se formule una definición del mercado de producto objeto de este análisis, el Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) ha señalado que la empresa DECATHLON pertenece al sector de distribución al por menor de artículos deportivos.² DECATHLON ofrece la misma gama de productos ofrecidos por FORUM.³

20. Efectivamente, la actividad de FORUM no es la fabricación productos sino la distribución al por menor de artículos deportivos y servicios complementarios de ocio y tiempo libre (sin perjuicio de la utilización de la “marca blanca” en algunos productos). FORUM puede de forma relativamente fácil y sin realizar una gran inversión, a diferencia del fabricante, añadir nuevos productos a su stock de productos. Por ello, el Tribunal considera que el análisis competitivo debe centrarse

² Expediente 78/03, *Leroy Merlin/Brico*

³ Información disponible en las páginas web de DECATHLON (www.decathlon.es) y FORUM (www.forumsport.es).

en la distribución al por menor de artículos deportivos y complementos de ocio y tiempo libre.

21. Asimismo, este Tribunal estima pertinente analizar si existen diferentes canales de distribución minorista que permitan delimitar el mercado de producto relevante en atención al formato de distribución minorista utilizado para comercializar artículos deportivos y complementos de ocio y tiempo libre.
22. Por analogía con los diferentes formatos de distribución minorista identificados por la Comisión Europea⁴ y por el TDC, el Tribunal considera que existen los siguientes formatos de distribución minorista de artículos de deporte y complementos de ocio y tiempo libre:
 - Especialistas de la distribución minorista de artículos de deporte y complementos de ocio y tiempo libre. Estos especialistas pueden disponer de grandes superficies (como FORUM y DECATHLON) y medianas superficies (del entorno de unos 1.000 m²) que cubran la mayoría de productos antes citados.
 - Almacenes generalistas con secciones de artículos deportivos y complementos de ocio y tiempo libre (grandes almacenes).
 - Tiendas especializadas en determinados deportes (pesca, surf, caza, submarinismo) que ofrecen un servicio altamente cualificado.
23. El Tribunal considera que los canales de distribución identificados presentan características comunes desde el punto de vista de la demanda, a diferencia de manera análoga a la demanda de productos de bricolaje analizada por el TDC en el asunto LEROY MERLIN/BRICO. El consumidor de productos deportivos y complementos busca fundamentalmente un producto concreto, de un valor relativamente importante (reduciéndose relativamente la importancia de los costes de transacción), o bien productos concretos complementarios entre sí y pertenecientes a la misma familia de productos;; no realiza sus compras con una frecuencia alta, lo que relativiza también el importe de los costes de transacción y sus necesidades son más puntuales y específicas, lo que hace más difícil la agrupación de productos en un mismo acto de compra.
24. En consecuencia, el consumidor no busca necesariamente una gran superficie que les ofrezca un gran número de categorías de productos sino que busca variedad en el producto que necesita de forma que su elección no está limitada a las grandes superficies. Sus necesidades podrían ser satisfechas por las tiendas tradicionales especializadas en este tipo de productos siempre y cuando dispusiesen de determinada variedad de surtido.
25. El Tribunal ha llegado a la conclusión de que teniendo en cuenta el comportamiento del consumidor de este tipo de productos deportivos la competencia se ejerce de forma real y activa entre todas las formas de distribución que tengan una gama sustancial de artículos. El consumidor de artículos de deporte y complementos de ocio y tiempo libre no elige la tienda en función de la concentración de productos en

⁴ COMP/M 1684, *Carrefour/Promodès*

un solo punto de venta, sino en función de que le ofrezcan una gran variedad en los productos que desea. De esta forma, si las necesidades del consumidor comprenden un número limitado de productos en un número reducido de secciones, sus necesidades podrían ser cubiertas tanto por las grandes superficies de artículos deportivos, como por las secciones de deportes de grandes almacenes y por las pequeñas y medianas superficies de deportes, así como por las tiendas especializadas siempre y cuando dispongan de gran variedad de producto.

26. En conclusión, el Tribunal considera que existe competencia entre todos aquellos establecimientos, con independencia de su formato, que tengan una gama sustancial de artículos.

V.2. Mercado geográfico de referencia

27. En los informes relativos a grandes superficies, el TDC limita el mercado geográfico relevante en función de las isocronas.
28. La isocrona es la línea imaginaria que une las poblaciones que distan del nuevo centro comercial un determinado tiempo de desplazamiento. En el caso de grandes superficies de bienes de consumo diario, el mercado geográfico relevante considerado puede comprender la isocrona de 15 minutos en automóvil, cuando la gran superficie está situada en núcleos urbanos, o bien la isocrona de 30 minutos en automóvil cuando está situada en núcleos rurales o cuando no existe ninguna otra en el área delimitada. Por lo tanto, el Tribunal ha considerado el mercado geográfico relevante de ámbito local, sin perjuicio de que el solapamiento de varios mercados locales pueda ampliar el mercado geográfico de referencia.
29. En el caso que nos ocupa el Tribunal considera que de una manera aproximativa reconociendo la dificultad que entraña un análisis exhaustivo de una multiplicidad de isocronas calculadas en base a centros similares ubicados en Getxo y Basauri el mercado geográfico relevante podría ser el espacio relativo al área funcional de Ezkerraldea.

IV. EFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA.

30. Según la información aportada por el solicitante del informe, en el mercado geográfico relevante, es decir, el Área Funcional de Ezkerraldea, existen dos (2) grandes superficies de artículos de deporte y complementos de ocio y tiempo libre de la enseña DECATHLON (2.400 y 5.000 m²) y un (1) establecimiento Bide Onera (3.600 m²) que dedica 350 m² a artículos de deporte. Todos ellos situados en el municipio de Barakaldo.
31. La situación actual de esta franja de mercado puede ser calificada como cuasimonopolística. En todo caso es incuestionable que DECATHLON ocupa una posición muy importante en el mercado minorista de distribución de artículos de deporte y complementos de ocio y tiempo libre.

32. El Tribunal considera que la implantación de FORUM en Ezkerraldea en general y en el Parque Comercial Megapark de Barakaldo, en particular, aumentará considerablemente la competencia, reducirá la posición de dominio de DECATHLON y en consecuencia será muy beneficiosa para el consumidor de Ezkerraldea.

DICTAMEN

Estudiada la información aportada en la solicitud de autorización formulada por la empresa FORUM SPORT, S.A. para la implantación de un establecimiento de equipamiento deportivo en el Parque Comercial Megapark, de Barakaldo (Bizkaia), el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia concluye que la implantación solicitada tiene efectos favorables a la libre competencia en el mercado afectado.

Vitoria-Gasteiz, a 23 de febrero de 2007

**Vicepresidente.
Javier Berasategi Torices**

**Presidente/Lehendakari. Ponente.
Juan Luis Crucelegui Gárate**

**Vocal-Secretario por vacante.
Joseba Andoni Bikandi Arana**