



Lehiaren  
Euskal Agintaritza

Autoridad Vasca  
de la Competencia

## **CECOBIk antolatutako Bonodekor kanpainei eta BFAk hori finantzatzeari buruzko txostena**

### **197-SUST-(2017) LEAren proiektua**

#### **Sumarioa:**

CECOBIk antolatutako Bonodekor kanpainei eta BFAk hori finantzatzeari buruzko txostena .....	1
I.- Txostenaren xedea .....	2
II. Bonoredekor kanpaina eta aurrekoak .....	3
III. Lehiaren ikuspegitik egindako gogoetak .....	6
1. BFAk eragindako arazoak: Diru-laguntzak emateko beharrezko norgehiagoka .....	7
2. CECOBIn kanpainak eragindako arazoak: .....	8
A. Diskriminazioa .....	8
a. Enpresa-ereduaren arabera: Ezin izan dute sektoreko enpresa guztiek parte hartu .....	8
b. Diskriminazioa elkarre jakin baten kidea izateagatik: atxikitze kuotak .....	11
c. Finantza-erakunde bati egindako baliabide eskusiboak sortutako diskriminazioa .....	11
B. Lehia mugatzea enpresa parte-hartzaileen artean .....	12
a. Enpresa parte-hartzaileek merkataritza-politika ezartzea .....	12
b. Merkataritza-informazioa CECOBIn igortzeko beharra .....	13
c. Bono bat egon behar izatea .....	13
d. Neurriaren ondorioak lehiaren defentsaren ikuspegitik .....	14
IV. Ondorioak .....	14

#### **Osoko bilkura**

María Pilar Canedo Arrillaga andrea, presidentea

Natividad Goñi Urriza andrea, kidea

Rafael Iturriaga Nieva jauna, kidea

Idazkaria: Natividad Goñi Urriza

Goian adierazitakoek osatutako Lehiaren Euskal Batzordearen (LEB) osoko bilkurak, 2017ko apirilaren 11ko bileran, txosten hau egitea erabaki du. Txostena aurreko urteetan CECOBIn hasitako eta Bizkaiko Foru Aldundiak



(BFA) diruz lagundutako altzarien merkataritza sustatzeko kanpainari buruzkoa da.

## I.- Txostenaren xedea

1. Txosten hau igorri da Lehiaren Defentsako Legeak (LDL) eta Lehiaren Euskal Agintaritzaren Legeak LEAri administrazio publikoek emandako diru-laguntzei buruzko txostenak egiteko ematen dioten ahalmenari jarraituz<sup>1</sup>.

LEAk gomendio bat egin zion BFARI kontsumoa sustatzeko beste diru-laguntza batzuk emateari buruz, zehazki, 2014ko «Bono Denda» kanpainari buruz<sup>2</sup>. Kasu horretan, LEAk zera gomendatu zion BFARI, gardentasuna sustatze eta diskriminazio oro desagerrarazte aldera: diseinatzen dituen diru-laguntzak ahalik eta hertsikien lotzea lortu nahi duen helburuari, publizitatea egitea, eta kanpainan parte hartzeko interesa izan dezaketen guztiek parte hartu ahal izateko sistema bat prestatzea.

2. Eskumenak baliatuz administrazioak neurri bat hartzen duenean, eta neurri horrek merkatuan eragina izan dezakeen operadore ekonomiko bati abantaila ematen dionean, arrazoi hauetakoren batekin justifikatu beharko litzateke:

- Merkatuan akatsak egotea; hau da, merkatura baliabideak esleitzeko mekanismo hobereana ez izatea, edo
- beste helburu batzuk bilatzea; adibidez, birbanatzeari dagokionez merkatuaren emaitzak hobetu nahi izatea edo ekonomikoak ez diren helburuak lortu nahi izatea<sup>3</sup>.

Administrazioak esku hartzeak onurak izan ditzake -onura horiek ekonomikoki kuantifikatu beharko lirateke kosteekin alderatzeko-, baina baita alde txarrak ere. Azken horiek minimizatzeke, alde aurretik ebaluatu behar da pentsatutako

<sup>1</sup> Ikus Lehiaren Defentsako uztailaren 3ko 15/2007 Legearen (LDL) 11.5 artikulua. (2007ko uztailaren 4ko BOE, 159. zk.), gero beste lege hauek aldatua: 39/2010 Legeak, abenduaren 22koak (BOE-A-2010-19703); 2/2011 Legeak, martxoaren 4koak (BOE-A-2011-4117), eta 3/2013 Legeak, ekainaren 4koak (BOE-A-2013-5940). Testu bategina hemen eskuratu daiteke: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-12946>; Ikus Lehiaren Euskal Agintaritzari buruzko otsailaren 2ko 1/2012 Legearen 3.1, 3.3.d eta 10.n artikulua (2012ko otsailaren 9ko EHA, 29. zk.). Hemen eskuratu daiteke: [http://www.competencia.euskadi.eus/z02-contnorm/es/contenidos/informacion/legislacion\\_normativa/es\\_normativ/legislacion.html](http://www.competencia.euskadi.eus/z02-contnorm/es/contenidos/informacion/legislacion_normativa/es_normativ/legislacion.html).

<sup>2</sup> LEHIAREN EUSKAL AGINTARITZA. *Lehiaren Euskal Agintaritzaren gomendioa Bizkaiko Foru Aldundiari «Bono Denda» kanpainaren esparruan emandako diru-laguntzari buruz*, Bilbao, 2014ko apirilaren 14a. Hemen eskuratu daiteke: [http://www.competencia.euskadi.eus/contenidos/informacion/informes/es\\_informes/RECOMENDACIONES%20BONODENDA%2014%20DE%20ABRIL%20DE%202014.pdf](http://www.competencia.euskadi.eus/contenidos/informacion/informes/es_informes/RECOMENDACIONES%20BONODENDA%2014%20DE%20ABRIL%20DE%202014.pdf).

<sup>3</sup> CNMC *Laguntza publikoak ebaluatzeke metodologia-agiria*. PRO/CNMC/001/16, Madril, 2016. Hemen eskuratu daiteke: <https://www.cnmc.es/file/107238/download>.



neurria diskriminatzailea den ala ez eta beharrizan-printzipioa, egokitasunaren eta lehiaren gutxieneko murrizketaren printzipioa, eta proportzionaltasun-printzipioa betetzen dituen ala ez.

“Ebaluazio horrek funtsezko hiru urrats ditu:

- 1. Beharrizana:** laguntza ezinbestekoa izan behar da merkatuaren akats bat zuzentzeko edo interes komuneko helburu bat lortzeko; esaterako, birbanaketa edo ekonomikoak ez diren beste helburu batzuk. Horretarako, funtsezkoa da lortu nahi den helburua ondo identifikatzea.
- 2. Egokitasuna** eta lehiaren gutxieneko murrizketa: laguntza merkatuaren akatsari aurre egiteko edo interes komuneko helburua lortzeko neurri egokia izan behar da. Hortaz, administrazioak esku hartzeko beste modu batzuk edo laguntzeko tresnaren beste diseinu batzuk aztertu behar dira. Gainera, ez lirateke alboratu behar merkatuak herritarren ongizatea hobetzeko eskain ditzakeen konponbideak.
- 3. Proportzionaltasuna:** neurriak helburua lortzeko ezinbestekoak diren elementuak barne hartu behar ditu. Gainera, laguntzaren onurek lehiaren gaineko kostu potentzialak gainditu behar dituzte, baina baita diru-kutxa publikoen eraginkortasunaren gainekoak ere<sup>4</sup>.

## II. Bonoredekor kanpaina eta aurrekoak

**3.** CECOBI elkarteek eta gremio- eta zona-elkarteek osatzen duten enpresa-federazioa da, eta haren helburua Bizkaiko handizkako eta txikizkako merkataritzako enpresarien interesak defendatzea da. Federazio hori osatzen duten elkarten artean Bizkaiko Altzarien Merkatarikari Elkarte (AMUBI) dago.

Kanpainen parte hartzen ez duten eta CECOBIn antzeko helburuak dituzten beste enpresa-federazio edo -elkarte batzuk badaude: Bizkaian, gutxienez, Bizkaiko Merkatarikari eta Ostalarien Elkarten Federazioa (BIZKAIDENDAK)<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> CNMC *Laguntza publikoak... cit.*

<sup>5</sup> BIZKAIDENDAK; haxe da federazioaren web-orria: <http://www.bizkaidendak.com/es/menu.html>.

Udal-esparruan hainbat elkarte daude, besteak beste: Bilbao Dendak <https://www.bilbaodendak.eus/>; Alde Zaharreko Merkatarikari Elkarte <https://www.cascoviejobilbao.eus/quienes-somos/>; Durangaldeko Merkatarikari Elkarte <http://www.dendakbai.com/>; Basauriko Merkatarikari Elkarte, <http://www.basaurikomerkatariak.com/>; Mungiako Merkatarikari eta Ostalarien Elkarte <http://www.comerciomungia.com/es/>; Txurdinaga <http://www.txurdinagabilbao.com/>; Amorebieta <http://www.dendariak.com/>, etc

Aipatutako elkarten artean BIZKAIDENDAK federazioko kide dira Amorebieta-Etxanokoa, Basaurikoa, Durangokoa eta Mungiakoa. Bestalde, Alde Zaharreko eta Txurdinagako merkatarikari elkarteak CECOBIn kide dira.



**4.** 2012tik 2016ra, CECOBik -AMUBI elkartekidearekin lankidetzan- Bonodekor edo Bonoredekor (2016an) izeneko kanpaina diseinatu, antolatu, zabaldu eta horren publizitatea egin du BFAk finantzatuta.

Hauxe da adierazitako helburua<sup>6</sup>:

«Etxeko ekipamendurako produktuak erostea sustatzea, eta, horrela, altzarien merkataritzaren sektorean kontsumoa suspertzen laguntzea».

**5.** Kanpainan parte hartzeko baldintza hauek bete behar dira<sup>7</sup>:

- ETEa izatea.
- jarduera nagusia hauxe izatea: altzarien, argiztatzeko gailuen eta etxean erabiltzeko beste artikulu batzuen txikizkako merkataritza establezimendu espezializatuetan (E.J.S.N. 47.59)
- Bizkaian lokal bat irekita izatea.
- CECOBiri 100 euroko zenbatekoa ordaintzea (AMUBIren saltoki elkartekidea izanez gero), edo 200 euroko zenbatekoa (AMUBIren saltoki elkartekidea izan ezean)<sup>8</sup>. Beste 50 € ordaintzea salmenta-puntu gehigarri bakoitzeko.
- CECOBiri kanpainan sartzen diren artikuluaren zerrenda (fabrikatzailea eta bilduma adieraziz) eta kanpainan sartzen ez direnen zerrenda ematea («errazena dena»).
- kanpaina egiteko, CECOBik ezarritako egunetara mugatzea<sup>9</sup>.
- BONOREDEKOR txartelak dituzten bezeroei fakturaren (BEZik gabe) % 15eko deskontua egitea.
- deskontuetan etxetresna elektrikorik edo komunik ez sartzea.
- promozio honek irauten duen bitartean beste merkataritza-promoziorik ez eskaintzea.
- bezeroaren bizilekutik edo entrega-lekutik erositako artikuluaren baliokideak direnak doan ateratzea.
- CECOBiri BONOREDEKOR tituluaren originalak aurkeztea.
- CECOBiri deskontuarekin saldutako produktuen fakturak aurkeztea.

**6.** 2016an, 48 establezimenduk bat egin zuten kanpainarekin, eta horietako 11 ez ziren AMUBIren elkartekideak<sup>10</sup>.

<sup>6</sup> CECOBi, *Bonoredekor 2016*, hemen eskuratu daiteke: [http://www.cecobi.es/es/campanas/bono-redekor-2016\\_19.html](http://www.cecobi.es/es/campanas/bono-redekor-2016_19.html).

<sup>7</sup> CECOBi. *2016ko BONOREDEKOR kanpaina*. Hemen eskuratu daiteke: [http://www.cecobi.es/es/campanas/bono-redekor-2016\\_19.html](http://www.cecobi.es/es/campanas/bono-redekor-2016_19.html).

<sup>8</sup> Eskaera hori AMUBI/CECOBiri bidali behar izan diote beteta: [info@cecobi.es](mailto:info@cecobi.es) helbidera, postaz CECOBiren egoitzara edo [www.cecobi.es](http://www.cecobi.es) web-orriaren bidez.

<sup>9</sup> 2016an, maiatzaren 13tik ekainaren 14ra.



7. CECOBik aurreikusitako/adostutako baldintzetan altzariak erosi nahi dituzten bezeroek CECOBik egindako bono bat erosi behar dute. Hori Kutxabankeko zerbitzu anitzeko kutxazainetan erosi ahalko dute, edozein kreditu- edo zordunketa-txartelekin.

Bonoak 5 € balio du.

Txartela ez bada Kutxabankekoa, erakundeak 0,90 euroko komisioa kobratzen du.

Ez dago jasota kanpaina honetan bonoen mugarik dagoen ala ez.

8. CECOBik kanpainak eragindako gastuak honako hauek direla adierazi du:

AZALPENA	2016KO BONODEKOR KANPAINAREN KOSTUA (EUROTAN)
PUBLIZITATEA	38.267,56
INPRIMATUTAKO EUSKARRIAK	3.179,60
KANPO-KUDEAKETA	2.500,00
GUZTIRA	43.947,16

Aipatutako zenbatekoak BEZik gabe dira; BEZa barne zenbatekoa guztira 53.176,10 eurokoa da.

9. BFAk zuzeneko diru-laguntza hauek eman dizkio CECOBiri Bizkaiko merkataritzaren egoera hobetzeko.

URTEA	JASOTAKO ZENBATEKOA
2016,	640.000 € <sup>11</sup> .
2015,	650.000 € <sup>12</sup> .
2014	924.000 € <sup>13</sup> .
2013,	550.000 € <sup>14</sup> .

BFAk 2016an eman dituen 640.000 eurotatik gutxienez 43.000 euro Bonoredekor kanpainarako erabili dira<sup>15</sup>.

<sup>10</sup> CECOBi. Hemen eskuratu daiteke 2016ko BONOREDEKOR kanpainarekin bat egin zuten establezimenduen zerrenda: <http://www.cecobi.es/v0/files/campanas/19/Comercios-Participantes-en-Bono-Redekor.pdf>.

<sup>11</sup> 2017ko urtarrilaren 25eko Bizkaiko Aldizkari Ofiziala (BAO), 17. zk. [http://www.bizkaia.eus/lehendakaritza/Bao\\_bob/2017/01/20170125a017.pdf#page=18](http://www.bizkaia.eus/lehendakaritza/Bao_bob/2017/01/20170125a017.pdf#page=18).

<sup>12</sup> 2016ko martxoaren 4ko BAO, 44. zk. [http://www.bizkaia.eus/lehendakaritza/Bao\\_bob/2016/03/20160304a044.pdf#page=129](http://www.bizkaia.eus/lehendakaritza/Bao_bob/2016/03/20160304a044.pdf#page=129).

<sup>13</sup> 2015eko otsailaren 24ko BAO, 37. zk. [http://www.bizkaia.eus/lehendakaritza/Bao\\_bob/2015/02/20150224a037.pdf#page=18](http://www.bizkaia.eus/lehendakaritza/Bao_bob/2015/02/20150224a037.pdf#page=18).

<sup>14</sup> 2014ko urtarrilaren 31ko BAO, 21. zk. [http://www.bizkaia.eus/lehendakaritza/Bao\\_bob/2014/01/20140131a021.pdf#page=6](http://www.bizkaia.eus/lehendakaritza/Bao_bob/2014/01/20140131a021.pdf#page=6).

<sup>15</sup> 2012, 2013 eta 2015. urteetan Bonodekor kanpainarentzat 50.000 euroko diru-laguntza eman zen, promozioaren zati bat finantzatzeko. Informazioa eskura daiteke 2013ko otsailaren 11ko



CECOBIk adierazi du BFAk emandako diru-laguntzak ekimenaren/esku-hartzearen kostuen % 80 baino ez duela estaltzen, adierazitako gastuen fakturarik eman ez duen arren.

Haiek emandako datuak kontuan hartuz, CECOBik, merkatarien parte hartzeko kuoten bidez (bazkideenak eta bazkideak ez direnenak), gutxienez 5900 euroko diru-sarrerak izan ditu<sup>16</sup>.

Horrela, saldutako bonoen kalkulua kontuan hartuz, CECOBik 13.075 euroko diru-sarrerak izango lituzke kontzeptu horrengatik<sup>17</sup>.

**10.** CECOBik aurreko urteetan helburu bererako antolatutako kanpainetan, atxikitako enpresek salmenta hauek izan dituzte<sup>18</sup>:

URTEA	KANPAINARI ATXIKITAKO DENDAK	SALDUTAKO BONOAK	SALMENTAK
2013	88	3232	2.938.764 €
2014	83	2723	1.799.142 €
2015	76	2615	1.359.219 €

Iturria: Bizkaiko Merkataritzako Konfederazioa.

CECOBIk emandako informaziotik ondorioztatzen da 2016an, kanpainaren aldian, salmenten zenbatekoa 4.666.666,67 eurokoa izango litzatekeela<sup>19</sup>.

### III. Lehiaren ikuspegitik egindako gogoetak

**11.** CNMCK honako hau adierazi du laguntza publikoak ebaluatzeko metodologia-txostenean<sup>20</sup>:

«jarduera edo eskualde jakin batzuk babestea, batzuetan, presio-talde, bitartekaritza politikoaren edo hauteskunde-zikloen ondorioa izan daiteke. Neurri mota horiek onurak izango lituzkete, baina oso mugatuak eta oso eragile gutxirentzat: neurria onartzeko

---

BAOn, [http://www.bizkaia.eus/lehendakaritza/Bao\\_bob/2013/02/20130211a029.pdf#page=60](http://www.bizkaia.eus/lehendakaritza/Bao_bob/2013/02/20130211a029.pdf#page=60) eta BFAk LEAri emandako datuetan.

<sup>16</sup> Kalkulu honetarako kontuan hartu da parte hartu duten saltokiek establezimendu bakarra dutela. Benetako zenbatekoari 50 € gehitu behar zaizkio parte hartzen duten saltokiek duten beste establezimendu bakoitzeko.

<sup>17</sup> CECOBik 3.232 titulu saldu zituen 2013ko kanpainan (16.160 €), 2.723 titulu 2014ko kanpainan (13.615 €) eta 2.615 titulu 2015eko kanpainan (13.075 €).

<sup>18</sup> CECOBik, jardueren inguruko 2013ko, 2014ko eta 2015eko urteko memoriak. Hemen eskuratu daitezke: [http://www.cecobi.es/es/publicaciones/memoria-anual-de-actividades\\_10/](http://www.cecobi.es/es/publicaciones/memoria-anual-de-actividades_10/).

<sup>19</sup> CECOBik LEAri adierazi dio 2016ko kanpainan egindako deskontuak 700.000 eurora hel daitezkeela; hortaz, salmentak 4.666.666,67 € inguru izango lirateke.

<sup>20</sup> CNMC, *Laguntza publikoak... cit.* 11. or.



presioa egin zutenentzat, ez baitaude guztion ongizatean interesatuta, haienean baizik. Bestalde, kostuak (kalteak) handiak izango lirateke eta eragile askori eragingo liekete.»

**12.** Bonoredekor kanpainak CECOBİ elkarteak eta BFAk merkatuan esku hartzea eragin du, baina ez dago hori justifikatzeko merkatuaren akatsik eta ez da ekonomikoa ez den helbururik bilatzen.

Ez CECOBİk ez BFAk ez dute alde zurreratik ebaluatu pentsatutako neurria diskriminatzailea den ala ez eta beharrian-printzipioa, egokitasunaren eta lehiaren gutxieneko murrizketaren printzipioa, eta proportzionaltasun-printzipioa betetzen dituen ala ez<sup>21</sup>.

### **1. BFAk eragindako arazoak: Diru-laguntzak emateko beharrezko norgehiagoka**

**13.** Diru-laguntzei buruzko Bizkaiko foru-arauaren 20. artikulua honako hau ezartzen du: «diru-laguntzak emateko prozedura arrunta **norgehiagoka-erregimenean** izapidetu beharko da. Arau honen ondoreetarako, prozedura bat norgehiagokaren bidez egin dela iritziko da, horretan, diru-laguntzak emateko aurkeztutako eskabideak alderatzen badira, haien artean lehentasun-ordena ezartzeko (oinarri arautzaileetan eta deialdian alde zurreratik finkatutako balorazio-irizpideekin bat) eta, deialdian kreditu erabilgarriari dagokionez finkatutako mugarekin, irizpideak aplikatzean balioespen hoberena lortu dutenei diru-laguntza esleitzeko»<sup>22</sup>.

Agindu beraren bigarren paragrafoak honako hau ezartzen du: Bizkaiko Aurrekontu Orokorretan aurreikusitako diru-laguntza izendunak zuzenean eman daitezkeela eta, salbuespen gisa, baita «interes publikoko arrazoiak, arrazoi sozialak, ekonomikoak edo humanitarioak edo deialdi publikoa zailtzen duten behar bezala justifikatutako beste arrazoi batzuk egiaztatzen dituzten» diru-laguntza izendunak ere.

<sup>21</sup> Auzitegi Gorenaren 2009ko ekainaren 2ko Epaia, Administrazioarekiko Auzien Sala, 3. sekzioa. (RC 5763/2006). Auzitegi Gorenaren 2007ko ekainaren 19ko Epaia, Administrazioarekiko Auzietarako Sala (RC 9.449/2.004). Auzitegi Gorenaren Epaia, Administrazioarekiko Auzien Sala, 2008ko azaroaren 4koa (RC 5837/2005).

<sup>22</sup> Ikus Diru-laguntzei buruzko azaroaren 17ko 38/2003 Lege Orokorren 8.2 artikulua. 2003ko azaroaren 18ko BOE, 276. zk. Bertsio bategina hemen eskura daiteke: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2003-20977>. Halaber, ikus Foru Administrazioak ematen dituen diru-laguntzen araubide juridiko orokorra arautzen duen maiatzaren 31ko 5/2005 Foru Arauaren 7.2 artikulua. Hemen eskuratu daiteke: [http://www.bizkaia.eus/Ogasuna/Zerga\\_Arautegia/Indarreko\\_arautegia/pdf/ca\\_5\\_2005.pdf?idoma=CA](http://www.bizkaia.eus/Ogasuna/Zerga_Arautegia/Indarreko_arautegia/pdf/ca_5_2005.pdf?idoma=CA).



**14.** CECOBleri kanpaina hauetarako diru-laguntza norgehiagoka-prozedurarik gabe eman zaio, hau da, ezin izan dute antzeko helburuak dituzten elkarteek parte hartu.

Herri Kontuen Euskal Epaitegiak bere iritzia eman zuen CECOBleri 2013an eta 2014an Bonodekor eta Bonodenda kanpainetarako emandako diru-laguntzei buruz. Hauxe adierazi zuen: duten berariazotasunarengatik eta errepikatu izanagatik laguntzak ez direla salbuespenezkoak, eta, hortaz, ez liratekeela zuzenak izan beharko<sup>23</sup>.

Diru-laguntza horiek beharrezkotzat jotzen badira, ez litzateke eragozpenik egongo edozein elkarteren lehiara irekitzeko, ez baitago horren deialdi publikoa zailtzen duen arrazoirik.

## **2. CECOBiren kanpainak eragindako arazoak:**

### **A.Diskriminazioa**

#### **a.Enpresa-ereduaren arabera: Ezin izan dute sektoreko enpresa guztiek parte hartu**

**15.** CECOBik adierazi du kanpainaren helburua altzarien merkataritza sustatzea dela. Hala ere, programak honako hauei baino ez die parte hartzen uzten: jarduera **nagusitatzat** altzarien eta etxeko ekipamenduen merkataritza duten eta Bizkaian **establezimendu** bat irekita duten **ETEEi**.

Hiru eskakizun horiek abantaila sortzen dute merkataritza-eredu batentzat eta beste operadore batzuen kalterako da, adibidez: produktuak Interneten eskaintzen dituztenentzat edo produktu ugari eskaintzen dituztenentzat, produktu horien artean altzariak eta etxeko beste ekipamendu batzuk badaude.

**16.** Diru-laguntzen programak sektore jakin batzuetan jarduten diren ETEetara mugatzea behin baino gehiagotan aztertu dute epaitegiek<sup>24</sup>.

<sup>23</sup> HERRI KONTUEN EUSKAL EPAITEGIA (HKEE), *Bizkaiko Lurralde Historikoaren Kontu Orokorraren 2013ko fiskalizazio-txostena*. Hemen eskuratu daiteke: <http://txostenak.es/pdf/FB2013.pdf>. 2014. urteari dagokionez, BFAk ez du alegaziorik egin. Hemen eskura daiteke: [http://web.tvcp.org/wp-content/uploads/2015/05/T\\_H\\_BIZKAIA-2014prt.pdf](http://web.tvcp.org/wp-content/uploads/2015/05/T_H_BIZKAIA-2014prt.pdf).

<sup>24</sup> Bide beretik, Europako Batzordeak ETEei emandako diru-laguntzen kategoria batzuk bateragarritzat jotzen ditu merkatuarekin, Europar Batasunaren Funtzionamenduari buruzko Tratatuaren 107. eta 108. artikulua aplikatuz. Ikus 651/2014 ERREGELAMENDUA (EB), 2014ko ekainaren 17koa, barne-merkatuarekin bateragarriak diren zenbait laguntza-kategoria aitortzen dituena, Europar Batasunaren Funtzionamenduari buruzko Tratatuaren 107. eta 108. artikulua aplikatuz. EBAO L 187/1, 2014ko ekainaren 26koa. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0651&from=ES>. Horrek zehazten du barne-





Kasu honetan aztertutako antzeko neurri baten aurrean, Kantabriako Auzitegi Nagusiak, emandako epaian, diskriminazioa dagoela adierazi zuen, modu honetan<sup>25</sup>:

«(...) diru-laguntza gauzatzeko moduagatik ETEei diru-laguntza zuzen bat eman ez arren, (...), argi dago altzarien merkataritzaren eskaeraren pizgarria eta ondoriozko artikulua horien salmenta bideratu dela eskusiboki enpresa horiei eragin eta mesede egiten dien diru-laguntza baten bidez. Halaber, baldintza hori betetzen ez duten baina produktu mota horiek merkaturatzen dituzten enpresak baztertu dira.»

Euskal Autonomia Erkidegoko Auzitegi Nagusiak, Eusko Jaurlaritzak ETEen bidez kontsumitzaileei diru-laguntzak emateko deialdi baten aurkako errekurtsoa ebaztean, adierazi du baldintza hori betetzen ez duten enpresak baztertzek lehia askea murriztea dakarrela, sektoreko merkataritza-operadoreei tratu ezberdina ematen zaielako<sup>26</sup>. Zazpigarren oinarri juridikoan hau adierazi da:

«(...) Ezin dira ETEak azalera handiekin alderatu. Hala ere, bi saltoki moten artean dauden aldeek eta horiek babesteko joerak ezin dute justifikatu kontsumitzaileari mesede egitera eta merkatu jakin bat dinamizatzen bideratutako laguntza baten bidez merkataritza mota batentzako zeharkako diru-laguntza ematea. Izan ere, helburu horien kalterako, produktu mota horiek merkaturatzen dituzten beste batzuk baztertzeko dituzte.

Hortaz, ezarritako atxikitze baldintzek (...) bonoaren hartzaileak diren bakarkako kontsumitzaileen askatasuna mugatzen dute (...) produktua erosi nahi duten establezimendua aukeratzeko (...). Horrela, eskaria atxikitako ETEetara baino ez da zuzentzen, eta, hortaz, kontsumitzaileari eta merkatu jakin bati zuzendutako diru-laguntza enpresa horientzako laguntza ere bilakatu da, produktuaren merkatuaren kontsumitzaileen kalterako (...). Ondorioz, merkatua zatitu da eta muga horiek lehia askearen murrizketa dira, sektoreko merkataritza-operadoreekin tratu desberdina egon delako. Hau da, aurkaratutako arauak berdintasun-printzipioa urratzen dute eta lehia askearen printzipioa justifikatu gabe desitxuratzen dute, uztailaren 3ko 15/2007 Legearen 1. artikulua aurka eginez. Artikulu horrek adierazten du debekatuta dagoela taldeko akordio, erabaki edo gomendio oro, edo hitzartutako praktika edo

---

merkatuarekin bateragarriak direla ETEei zuzendutako honako laguntza hauek: Inbertsioa (17. artikulua), kontsultoretza-zerbitzuak (18. artikulua), merkataritza-ferietako parte-hartzea (19. artikulua), Europako lurralde-lankidetzako proiektuen lankidetzakostuak (20. artikulua), arrisku-finantzaketa (21. artikulua), enpresa-proiektu berriak (22. artikulua), espezializatutako beste negozio-plataforma batzuk (23. artikulua), prospekzio-kostuak (24. artikulua) eta berrikuntza (28. artikulua). Ezin da BFAk emandako laguntza barne-merkatuarekin bateragarriak diren ETEei zuzendutako laguntzen kategoria bakar batean ere sartu.

<sup>25</sup> Kantabriako Auzitegi Nagusia (Administrazioarekiko Auzien Sala, 1. sekzioa). 517/2011 Epaia, ekainaren 24koa. JUR\2012\380157. Bosgarren zuzenbideko oinarrian adierazi du, altzarien sektorean kontsumoa sustatzeko abiaraziko diren diru-laguntzen onuradunei dagokienez

<sup>26</sup> Euskal Autonomia Erkidegoko Auzitegi Nagusia (Administrazioarekiko Auzien Sala, 3. sekzioa), urtarrilaren 12ko 9/2015 Epaia. RJC\2015\367.



nahita paraleloa den jarduera oro, horien helburua merkatu nazional osoan edo zati batean lehia eragotzi, murriztu edo faltsutzea bada.»

Bere aldetik, Kantabriako Auzitegi Nagusiak, aurrez aipatutako epaian, laguntza publikoak altzarien markatuan duen inpaktua eta lehia askean duen eragina aztertu ditu<sup>27</sup>. Bosgarren zuzenbideko oinarrian hauxe adierazi du:

«Hala ere, horrek ez du esan nahi lehia askea errespetatuta [Lehiaren Defentsako uztailaren 3ko 15/2007 Legearen 1. artikulua (RCL 2007, 1302) bermatzen du] autonomia-erkidegoko administrazioa hori bermatzeaz eta laguntza publikoen deialdien bidez ez desitxuratzeaz salbuetsita dagoenik, laguntzek ondorio txarrak badituzte eta lehia askearen printzipioari eragiten badiote. Hori gertatzen bada, auzibide honen kasuan aztertu beharko da. (...)

Hori pizgarria da merkataritzarentzat, (...), baina ez merkataritzarentzat oro har, (...), txikizkako merkataritzarentzat baizik; izan ere, ETEek baino ez dute programarekin bat egiteko aukera (...). Horrek esan nahi du diru-laguntzaren indarraldiak iraun duen bitartean kontsumitzailearen eskaria, laguntza publikoaren bidez sustatutakoa, establezimendu mota horietara bideratu dela. Horrek kalte argia eragin die Banaketako Enpresa Handien Elkarte Nazionaleko enpresa elkartekideei; izan ere, horren eraginez, haien etxeko altzarien salmentak gutxitu dira.

Merkatuan izan duen inpaktua ez da garrantzirik gabekoa izan (...); diru-laguntzaren deialdiaren data argitaratu zenetik hogeita hiru milioi euro baino gehiagoko negozio-bolumena eragin du, eta txikizkako merkataritzaren salmentak % 30 eta % 40 artean handitu dira ohikoekin alderatuta. Era berean, diruz lagundutako partida bi hilabete eta erdian agortu zen.

Inpaktu hori are gehiago larriagotzen da suspertu nahi den salmentaren produktuen mota kontuan hartzen badugu, denboraldi luzeetan berritzen ez diren ondasun iraunkorrak baitira. Horrek altzarien sektoreko lehia eraginkor, erreal eta askearen printzipioari eragin dio, eta ez du arindu, larritu baizik, laguntzak aldi baterakoak zirelako. Izan ere, salmentak asko dinamizatu zituen eta, aldi baterako zirenez, eskaria are gehiago handitzea eragin zuten. Hala ere, erositako ondasunak iraunkorrak direnez, ezin izan ziren banatzaile handien salmentak berriro suspertu eta orekatu diru-laguntzaren indarraldia amaitu ondoren».

**17. Hortaz, EKaren 14. artikuluan jasotako berdintasun-printzipioaren kontrako diskriminazioa sortu da, merkataritza eredu bati mesede egiten zaiolako beste**

<sup>27</sup> Epaiaren aurka errekurtsua jarri zuten Auzitegi Gorenean. Administrazioarekiko Auzien Salak 2014ko abenduaren 2an eman zuen epaia, eta kasazio-errekurtsua gaitzetsi zuen. Auzitegi Gorenean 2014ko abenduaren 2ko Epaia (Administrazioarekiko Auzien Sala, 3. sekzioa). RJ\2014\6076. Zuzenbideko zazpigarren oinarrian hau adierazi du: «(...) Baina honek ez du bateragarria ematen diskriminazioaren debekuarekin: kontsumitzaileentzako laguntzen plan jakin batetik merkataritzaren sektore bat baztertzea, eta, horrela, sektore hori lehia-desabantailan jartzea behar besteko oinarririk gabe. Azpimarratu behar dugu tratu-desberdintasunaren ondorioz, laguntzen planaren helburuaren ikuspegitik, gobernu errekurtsogilearen argudiaketak ez duela salaren erabakia indargabetzen. Arrazoiketa hori ETEen eta merkataritza-azalera handien artean egon daitezkeen aldeei -eta, zalantzarik gabe, hala da- buruzkoa da (...).»



batzuen aldean <sup>28</sup>. Kanpainan edozein operadore sartzea ahalbidetzeak lortu nahi den helburuari lagunduko lioke eta kontsumitzaileari aukera gehiago emango lizkioke.

Hala ere, laguntza sektorialak berez dira diskriminatzaileak; merkatuak beste eremu geografiko batzuetarantz aldatzen dituzte eta diru-laguntzen gerrari mesede egiten diote.

#### **b. Diskriminazioa elkarte jakin baten kidea izateagatik: atxikitzeak kuotak**

**18.** Aldez aurretik azaldu den bezala, CECOBi-AMUBi kideek kide ez diren saltokiek ordaindu behar duten kuotaren erdia ordaindu behar dute kanpainan parte hartzeagatik (100 eta 200 €, hurrenez hurren).

**19.** Adierazi den bezala, administrazioaren finantzaketaren zenbatekoa 43.000 € da, eta kalkulatu da herritarrek gutxienez 13.500 € ordaindu dutela bonoak erosteagatik.

Kontuan hartuz kanpainaren gastuak guztira 53.176,10 € izan direla, **deskontuaren kostu zuzena merkatariak jasan dutela** eta azken horiek ordaindutako kuotak gutxienez 5900 € direla, kanpainak 10.000 € inguruko irabazia eragin dio CECOBi.

CECOBi adierazi du kanpaina kudeatzeko gastuak 2500 € izan direla.

Ez dago arrazoirik CECOBi-AMUBi kideak diren enpresen eta ez direnen parte hartzeak kuotaren aldea justifikatzeko.

#### **c. Finantza-erakunde bati egindako baliabide eskusiboak sortutako diskriminazioa**

**20.** Herritarrek deskontua izateko aurkeztu behar dituzten bonoak Kutxabanken kutxazainetan baino ezin dira erosi. Edozein bankuren txartelak erabil daitezke, baina aipatutako erakundekoak ez badira 0,90 euroko komisioa ordaindu behar da; hau da, bonoaren prezioaren % 18.

**21.** Murrizketa horrek diskriminazioa eragiten die Kutxabankek txartelik ez duten kontsumitzaileei.

Bono fisikoak onuraren bat duela irizten bada (aurrerako aztertuko da), ez litzateke eragozpenik egongo kanpainan hainbat bankuk parte hartzeko.

---

<sup>28</sup> Euskal Autonomia Erkidegoko Auzitegi Nagusia (Administrazioarekiko Auzien Sala, 2. sekzioa). 180/2011 Epaia, ekainaren 8koa. JUR\2011\303701. Ikus seigarren oinarri juridikoa, operadoreen arteko berdintasun-printzipioa garatzen duena.



Horrela, ez da herritarren artean abantaila-egoerarik sortuko txartelak dituzten bankuei dagokienez.

CECOBI Kutxabanekin elkarlanean aritu den beste promozio batzuetan, erakundeak ez die komisiorik kobratu haien erakundeko txartelik ez zuten erabiltzaileei<sup>29</sup>. CECOBik kanpainan parte hartzeko beharrezkotzat jotzen bada banku batean bono bat erostea, erakunde kolaboratzaile gisa jarduteko komisiorik ez kobratzeko baldintza jarri ahalko luke.

Edozein kasutan, bonoa egotea beharrezkotzat jotzen bada, deskontua eskaintzen duten saltokiek saldu ahalko liekete bezeroei, komisiorik gabe eta finantza-erakundeak bitarteko gisa aritu gabe.

## **B. Lehia mugatzea enpresa parte-hartzaileen artean**

### **a. Enpresa parte-hartzaileek merkataritza-politika ezartzea**

**22.** Kanpainaren balditzek merkatariei ezartzen diete deskontu finko bat egitea, eta deskontu handiagoak edo beste promozio batzuk aplikatzea debekatzen diete.

Produktu jakin batzuk baztertzen dira kanpainatik, besteak beste, etxetresna elektrikoak edo komunak. Merkataritari ezartzen zaio eroslearen bizilekutik erositako ondasunaren baliokidea ateratzea, eta beste merkataritza-promozio batzuk aplikatzea debekatzen da.

Hau da, parte hartzen duten saltokien arteko lehia mugatzen da, eta beste merkataritza-baldintza batzuk ezartzeko enpresen aldebakarreko erabakia eragozten da.

Hortaz, sektoreko merkataritza-baldintzak bateratzen dira, eta hori ez da beharrezkoa lortu nahi den helbururako; gainera, negatiboa da erabiltzaileentzat.

**23.** Aipagarriak dira bateratze horrek merkatuan dituen eraginak. CECOBik berak kalkulatu zuen 2016ko kanpainari dagozkion salmentak 4.666.666,67 eurora hel daitezkeela.

Erabiltzaileek altzariak eta etxeko tresnak noizean behin erosten dituztenez, merkataritza-politika koordinatzen duten horrelako programek eskaria merkataritza-eredu jakin batera bideratzen dute urtean hilabete batean, eta hori oso larritzat jo daiteke.

<sup>29</sup> LEA. Gomendioa.....*cit.* 8. or.



CECOBIk berak adierazi du kanpaina balizko eskaintzaileen ehuneko handiak parte hartzen duela (% 100 dela diote haiek). Gertakari horrek larriagotzen ditu merkataritza-politiken elementu batzuk bateratzeak merkatuan eta produktuen erabiltzaileetan dituen ondorio negatiboak.

### **b. Merkataritza-informazioa CECOBIRi igortzeko beharra**

**24.** Kanpaina parte hartzen duten enpresek CECOBIRi igorri behar dizkiote erositako ondasunei dagozkien fakturak.

Gainera, deskontuak zer produkturi aplikatuko dizkieten zehaztu behar dute, baita horien fabrikatzaileak zein diren eta zer bilduma sartzen diren promozioan.

**25.** Eskakizun horrek eragiten du enpresa-elkarte batek enpresa lehiakideen prezioen, hornitzaileen eta produktuen informazioa izatea; enpresetako batzuk elkartearen kideak dira eta beste batzuk ez.

Eskakizun horrek enpresa-elkarte bati ahalbidetzen dio enpresa lehiakideen merkataritza-sekretutzat jotzen diren elementuetarako sarbidea izatea<sup>30</sup>.

Lehia askearen kontrakoak diren jokabideak antolatzeko edo kontrolatzeko mekanismo bat emateaz gain, informazio hori jakinarazteak enpresa bakoitzaren bakarkako politikan eragina izan dezake.

### **c. Bono bat egon behar izatea**

**26.** CECOBIRi erosketan % 15eko deskontua izan nahi duen erabiltzaileari 5 euro kobratzen dizkio, kanpaina parte hartzeko ezinbestekoa den bono baten truke.

**27.** Deskontua merkataria egiten du zuzenean erosketa egiten denean. Deskontua lortzeko bono fisiko bat egon behar izateak eragozpenak eragiten dizkio erabiltzaileari, eta ez du harentzako onurarik sortzen, ezta kanpaina era

<sup>30</sup> EUROPAKO BATZORDEA. Batzordearen komunikazioa, Batzordearen espedientera sartzeko arauari buruzkoa, honako hauek aplikatzen diren kasuetan: EERen Tratatuaren 81. eta 82. artikulua, EEE Itunaren 53., 54. eta 57. artikulua eta Batzordearen 139/2004 Erregelamendua (EE). EBAO C 325/7, 2005eko abenduaren 22koa. Hemen eskura daiteke: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52005XC1222\(03\)&from=ES](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52005XC1222(03)&from=ES).

18. paragrafoan adierazten du enpresa baten jarduerari buruzko informazioa jakinarazteak enpresari kalte larria eragin ahal badio, informazio hori merkataritza-sekretua izango dela. Sekretutzat hartu daitekeen informazioaren adibide gisa honako hauek aipatzen ditu: enpresa baten ezagutza teknikoei buruzko informazio tekniko edo finantza-informazioa, kostuak ebaluatzeko metodoak, ekoizpenaren sekretuak eta prozesuak, hornidura-iturriak, ekoiztako eta saldutako kopuruak, merkatu-kuotak, bezero eta banatzaileen fitxategiak, merkataritza-estrategia, kostuen eta prezioen egitura eta salmenten estrategia.



egokian kudeatzeko onurarik ere. Bestalde, hainbat ondorio negatibo sortzen ditu.

**28.** Kanpainan parte hartzeko herritarrek jaso beharreko bono fisiko bat egoteak eragiten du kontsumitzaileen errentak CECOBI elkartera aldatzea, eta horrek ematen du ez duela justifikaziorik.

#### **d. Neurriaren ondorioak lehiaren defentsaren ikuspegitik**

**29.** Behin baino gehiagotan, lehiaren agintaritzek lehiakideen artean informazioa jakinarazteko jokabideak zehatu dituzte, karteltzat jo baitituzte<sup>31</sup>.

Era berean, arau-haustetzat jo da zenbait produktu saltzeko baldintzak (adibidez, deskontuak) edo salerosketen beste baldintza batzuk adosteko edo koordinatzeko jokabidea<sup>32</sup>.

**30.** CECOBIk kanpaina honetan izandako jokabidea enpresa lehiakideen arteko informazio-truke behartua izan daiteke, eta, era berean, produktu jakin batzuk saltzeko baldintzen aldi baterako koordinazioa izan daiteke.

Zehapen mota osatzen duten gainerako elementuak gertatuko balira, jokabide horiek LDLaren 1. artikulua arau-haustea izan ahalko lirateke.

## **IV. Ondorioak**

**LEHENENGOA.** Bonoredekor kanpainaren bazterketak eta ETEa izateko baldintzak betetzen ez dituzten operadore batzuen aurrekariak, jarduera nagusitzat altzarien salmenta izateak eta Bizkaian establezimendu bat irekita izateak ez dute kanpainak adierazitako helburua lortzen laguntzen; aitzitik, lehia askearen eta kontsumitzaileen interesaren kontrako diskriminazioa eragiten dute.

**BIGARRENA.** CECOBIk emandako datuak kontuan hartuta, Bonoredekor kanpainak gutxienez 9.200 euroko irabaziak sortu dizkio erakunde horri, kudeaketa-gastuen 2500 euroak kenduta.

<sup>31</sup> Ikus Batzordearen 2016ko uztailaren 7ko Erabakia, Europar Batasunaren Funtzionamenduari buruzko Itunaren 101. artikuluaekin bat datorren prozedurari buruzkoa eta EEE Itunaren 53. artikulua (AT.39850 gaia — Edukiontzien itsas garraioa). EBAO C 327/4, 2016ko irailaren 6koa. CNMC. Ebazpena, 2015eko otsailaren 26koa. S/0425/12 esp., esne-industriak 2.

<sup>32</sup> LEHIAREN BATZORDE NAZIONALA. Ebazpena, 2010eko urtarrilaren 21ekoa. S/0084/08 esp., gel-fabrikatzaileak.



**HIRUGARRENA.** Kanpainan parte hartzeko kuotak ordaintzean AMUBIren enpresa kideak diren eta ez direnen arteko diskriminazioak operadoreen arteko diskriminazioa eragin du.

**LAUGARRENA.** Parte hartzen duten enpresek merkataritza-sekretutzat jotako informazioa CECOBIn jakinarazi beharra arau-haustea izan daiteke LDLaren 1. artikuluko elementu motak aldi berean gertatuko balira.

**BOSGARRENA.** Parte hartze duten enpresek gehieneko deskontuari, promozioak pilatzeko debekuari eta zerbitzuak emateari dagozkien merkataritza-politikak bateratu beharra arau-haustea izan daiteke LDLaren 1. artikuluko elementu motak aldi berean gertatuko balira.

**SEIGARRENA.** Kanpainan parte hartzeko herritarrek jaso beharreko bono fisiko bat egoteak eragiten du kontsumitzaileen errentak CECOBIn elkartera aldatzea.

**ZAZPIGARRENA.** Finantza-erakunde bakar batek parte hartzen du, eta banku horren txartelik ez duten erabiltzaileei bonoaren kostuaren % 18aren baliokidea den komisioa kobratzen die. Horrek lehiaren kontrako diskriminazioa sortzen du.

**ZORTZIGARRENA.** BFAk jarrera neutrala izan behar du merkatuetan, eta horietan parte hartzen badu, operadore ekonomikoen arteko lehia askerako eta berdintasunerako baldintzak ezartzeko izan behar da.