

La CNC sanciona a bodegas Jerez y al CRDO con seis millones por el control de precios

Redacción, 30/07/2010

Varias de las principales operadoras del sector vinícola establecieron en 2001 un cártel para controlar la producción y el precio de los vinos de Jerez

La Comisión Nacional de la Competencia (CNC) ha resuelto sancionar a nueve empresas bodegueras del vino de Jerez, a la asociación sectorial Fedejerez y al Consejo Regulador de la Denominación de Origen (CRDO), con 6,72 millones de euros por control de la producción y de los precios.

La CNC ha precisado que ha sancionado a Bodegas Williams & Humbert, con 2.300.000 euros; a Bodegas José Estévez, con 1.250.000 euros; a Bodegas Barbadillo, con 900.000 euros; a Bodegas González Byass, con 870.000 euros; a Bodegas Emilio Lustau, con 400.000 euros; a Bodegas Pedro Romero, con 240.000 euros; a Bodegas J. Ferris, con 135.000 euros; y a Caydsa, con 28.000 euros.

La CNC ha precisado que la novena bodega implicada, Grupo Bellavista y Zoilo Ruiz Mateos, ha sido eximida del pago de la multa de 670.000 euros que le correspondía tras haber solicitado la aplicación del "programa de clemencia".

Ha indicado que Bodegas González Byass también presentó una solicitud de clemencia y, aunque en un principio se propuso la reducción del importe de la sanción, se ha decidido no aplicarlo, ya que la compañía no ha cumplido con el "deber de colaboración" que le impone la ley.

Además, ha declarado a la Federación de Bodegas del Marco de Jerez (Fedejerez) y al Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen Jerez–Xérès–Sherry, Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda y Vinagre de Jerez "coautores" de la infracción, por lo que les ha impuesto multas por valor de 400.000 y 200.000 euros, respectivamente.

Según la CNC, varias de las principales operadoras de este sector establecieron en 2001 un cártel para controlar la producción y el precio de los vinos de Jerez que eran destinados a la exportación bajo las marcas comerciales de los comercializadores en destino, lo que se conoce como "mercado BOB (Buyer Owns Brand)".

Ante la situación de "reducción de demanda" que presentaba este mercado, estos operadores acordaron reducir la oferta de vino comercializable para el mercado BOB con el fin de poder aumentar los precios.

La CNC ha señalado que, durante los primeros años, el cártel funcionó según se esperaba, con la participación del CRDO, lo que dio lugar a un incremento de los precios.

En este contexto, otros operadores comenzaron a llegar al mercado –atraídos por el aumento de los precios–, lo que provocó un aumento de la oferta y, por tanto, una caída de la cotización.

Con el objetivo de volver a la situación inicial, según la CNC, las empresas de cártel diseñaron, calcularon y pusieron en práctica nuevas medidas para restringir la oferta, que fueron impuestas con carácter obligatorio a todas las empresas del sector.

La CNC ha detallado que, para lograrlo, dichas compañías contaron con la participación de Fedejerez –que diseñó las fórmulas de dichas restricciones de oferta– y del CRDO, que emitió las correspondientes normas

que contenían dichas limitaciones.

Además de estas medidas, se diseñaron otras iniciativas complementarias y "habituales" en este tipo de cárteles, como los incrementos pactados de precios, el reparto de mercados y clientes, o los correspondientes controles de seguimiento del cumplimiento de los acuerdos por todas las partes implicadas.

El cártel estuvo activo desde 2001 hasta 2008, momento en el que la CNC incoó expediente sancionador y realizó inspecciones a las sedes de varias de las empresas presuntamente implicadas y en Fedejerez.

Según la Comisión, se trata de un cártel "de larga duración", con efecto en el comercio entre los Estados miembro de la Unión Europea (UE) –puesto que el producto BOB está dedicado a la exportación, fundamentalmente a Alemania, Países Bajos y Reino Unido–, y, en general, a la venta del vino de Jerez.

Ha resaltado que es una conducta tipificada como "muy grave" en la legislación de competencia –tanto en la normativa nacional como comunitaria–, ya que la actuación de las empresas supone un perjuicio directo para los consumidores, ya que reduce la presión competitiva entre los productores, lo que se traduce en un mayor precio o una menor oferta.