



Roj: **SAP M 2509/2020 - ECLI:ES:APM:2020:2509**

Id Cendoj: **28079370282020100140**

Órgano: **Audiencia Provincial**

Sede: **Madrid**

Sección: **28**

Fecha: **21/02/2020**

Nº de Recurso: **4050/2018**

Nº de Resolución: **95/2020**

Procedimiento: **Recurso de apelación**

Ponente: **GREGORIO PLAZA GONZALEZ**

Tipo de Resolución: **Sentencia**

AUDIENCIA PROVINCIAL DE MADRID

SECCIÓN 28

ROLLO DE APELACIÓN Nº 4050/2018.

Procedimiento de origen: Juicio Ordinario nº 485/2013.

Órgano de Procedencia: Juzgado de lo Mercantil nº 4 de Madrid.

Parte recurrente: CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GREMIOS Y ASOCIACIONES DE LIBREROS y FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CÁMARAS DEL LIBRO

Procuradora: D^a Mercedes Caro Bonilla

Letrado: D. Javier Ramos Chillón

Parte recurrida: AMAZON EU, S.à.r.L

Procuradora: D^a Olga Martín Márquez

Letrado: D. José Massaguer Fuentes

SENTENCIA nº 95/2020

En Madrid, a veintiuno de febrero de dos mil veinte.

VISTOS, en grado de apelación, por la Sección Vigésimo Octava de la Audiencia Provincial de Madrid, integrada por los Ilmos. Sres. Magistrados D. Gregorio Plaza González, D. José Manuel de Vicente Bobadilla y D. Francisco de Borja Villena Cortés, los presentes autos de juicio ordinario sustanciados con el núm. 485/2013 ante el Juzgado de lo Mercantil núm. Cuatro de Madrid, pendientes en esta instancia al haber apelado la parte demandante la Sentencia que dictó el Juzgado el día treinta de enero de dos mil dieciocho.

Han comparecido en esta alzada las demandantes, CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GREMIOS Y ASOCIACIONES DE LIBREROS y FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CÁMARAS DEL LIBRO, representadas por la Procuradora de los Tribunales D^a Mercedes Caro Bonilla y asistidas del Letrado D. Javier Ramos Chillón, así como la demandada AMAZON EU, S.à.r.L., representada por la Procuradora de los Tribunales D^a Olga Martín Márquez y asistida del Letrado D. José Massaguer Fuentes.

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO. La parte dispositiva de la Sentencia apelada es del siguiente tenor: "FALLO: Que con desestimación de la demanda interpuesta por la Procuradora Doña Mercedes Caro Bonilla en nombre y representación de la CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GREMIOS Y ASOCIACIONES DE LIBREROS y de la FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CÁMARAS DEL LIBRO contra AMAZON EU, S.à.r.l. debo absolver y absuelvo a la demandada de la pretensión ejercitada, todo ello con imposición de costas a la parte actora."



SEGUNDO. Contra la anterior Sentencia interpuso recurso de apelación la parte demandante y, evacuado el traslado correspondiente, se presentó escrito de oposición, elevándose los autos a esta Audiencia Provincial, en donde fueron turnados a la presente Sección y, seguidos los trámites legales, se señaló para la correspondiente deliberación, votación y fallo el día veinte de febrero de dos mil veinte.

Ha intervenido como Ponente el Ilmo. Sr. Magistrado D. Gregorio Plaza González.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO. La Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros y la Federación Española de Cámaras del Libro interpusieron demanda de juicio ordinario contra AMAZON EU, S.à.r.l. (en adelante, AMAZON) por la que solicitaban que se declaren desleales e ilícitos los hechos expuestos en la misma relativos a la campaña o promoción denominada "NOS UNEN MILLONES DE LIBROS. En abril, cheque regalo de 5€ por compras superiores a 20€ en Libros", y la condena a la demandada a cesar en las campañas o promociones, prohibiéndose en el futuro y a publicar, a su costa, parte suficiente y bastante de la Sentencia, a determinar por el Juzgador, en los diarios "El País" y "El Mundo", con expresa imposición de las costas del procedimiento.

Señala la demanda que en el mes de abril de 2013 la demandada desarrolló una campaña o promoción consistente en ofrecer a través de su página web un descuento encubierto o indirecto de 5 euros por compras de libros superiores a 20 euros. La promoción es la siguiente:

Mes del libro en AMAZON.es

*Durante el mes de abril, si tu compra en Libros es superior a €20, llévate un cheque regalo de €5 para comprar entre millones de productos de entre cualquiera de nuestras categorías: Cine y TV, Electrónica, Hogar... *Ver condiciones.*

** Paso 1: Tramita tu pedido utilizando la cesta: añade 20 euros o más en libros y luego haz clic en el botón "tramitar el pedido".*

** Paso 2: Recibirás un e-mail con tu Cheque regalo el miércoles de la semana posterior a tu compra.*

** Paso 3: Para canjear tu Cheque regalo elige entre los millones de productos vendidos por AMAZON.es (salvo e-books), realiza tu compra utilizando la Cesta en vez de la opción "1-Clic" e introduce el código en la casilla "Cheques regalo y Códigos promocionales de la página Modo de pago. Caduca el 31 de mayo de 2013.*

(...)

**Condiciones de la oferta:*

Oferta de Cheque regalo válida del 1 al 30 de abril de 2013, ambos incluidos, para libros (excepto eBooks) vendidos por AMAZON.es. Excluye los productos vendidos por terceros en la plataforma Marketplace u ofrecidos por cualquier sitio web accesible a partir de www.AMAZON.es

Añade la demanda que la promoción permitía obtener un descuento - denominado "Descuento promocional/ Cheque regalo" - de 5 euros en cualquier compra de libros posterior a una compra en libros superior a 20 euros.

La deslealtad se sustenta en el artículo 15, apartados 1 y 2, LCD, en cuanto la conducta de AMAZON incumple el artículo 9 de la Ley del Libro en dos aspectos:

- Los apartados primero a tercero, que establecen el sistema de PVP al que se somete el mercado de libros en España y el descuento máximo que puede aplicarse.
- El apartado octavo, que prohíbe utilizar los libros como reclamo comercial para la venta de productos de naturaleza distinta.

No se trata de una norma únicamente de carácter cultural, sino que viene a regular aspectos relativos a la ordenación del mercado del libro en España.

Con dicha infracción AMAZON adquiere una ventaja competitiva significativa en el mercado. En un segmento tan transparente como la venta de libros on-line el cliente puede escoger fácilmente un mismo producto entre distintas páginas web que venden a un mismo precio y bajo un mismo descuento. La concesión de un descuento superior supone per se una ventaja significativa que determina la decisión del cliente.

La promoción constituye un fraude de ley utilizando como cobertura el artículo 32 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

SEGUNDO. En su contestación a la demanda, destaca AMAZON que la campaña consistía en la entrega de un cheque regalo por la compra de libros y podía ser utilizado en cualquiera de los productos del catálogo de



Amazon.es. Esta decisión correspondía al beneficiario, que además podía utilizarlo o no. Si la compra posterior consistía en más de un producto, el cheque se aplicaba a la compra en su conjunto.

Considera AMAZON que no se produce ningún descuento encubierto o indirecto sobre libro alguno, sino la entrega de un medio de pago por valor de cinco euros y con vigencia limitada en el tiempo para futuras compras, por lo que no existe infracción del artículo 9.3 de la Ley del Libro. Constituye un supuesto de venta con prima o regalo, no un descuento, y promociones similares se han llevado a cabo en otros establecimientos. Las demandantes no han emprendido acciones contra otros competidores lo que se considera "actuación en contra de los propios actos".

En relación a la utilización de libros como reclamo comercial, el reclamo es el cheque regalo, no el libro o libros cuya compra da derecho al mismo y cuya venta se pretende incentivar con la campaña.

Señala la contestación a la demanda que no puede obviarse la aplicación del marco normativo resultante de la transposición de la Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con consumidores en el mercado interior. El acto de competencia desleal consistente en la vulneración de normas no es uno de los que pueden reputarse desleales en las relaciones con consumidores.

Finalmente añade que la Ley del Libro no tiene por objeto la regulación del mercado sino la protección del libro y otros valores culturales por lo que su sola infracción no puede constituir un acto de competencia desleal. Por otra parte la promoción no reportó una ventaja competitiva significativa. La Campaña no conllevó ningún ahorro de costes, ni difiere en lo sustancial de campañas muy extendidas entre los competidores de Amazon y el cheque regalo podía redimirse en millones de productos distintos, no solo en libros.

TERCERO. La sentencia dictada por el Juzgado de lo mercantil desestimó la demanda.

Considera la sentencia que no se ha infringido ninguna norma y añade que la única normativa que se cita a lo largo del relato fáctico de la demanda es la Ley del Libro, a los efectos de exponer la situación de la actora, pero no como sustento de una eventual infracción.

CUARTO. Recurso de apelación interpuesto por Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros y Federación Española de Cámaras del Libro.

Señala con carácter previo el recurso que las afirmaciones contenidas en la sentencia solo pueden venir motivadas por una defectuosa lectura de la demanda, careciendo el razonamiento de algún tipo de soporte, de manera que no se analizan los hechos denunciados y ni siquiera se aproxima la sentencia a la actuación considerada ilícita.

Tras remitirse a los fundamentos de la demanda, se extiende el recurso en la existencia de un sistema de precio fijo en la venta de libros que deriva de lo dispuesto en el artículo 9 de la Ley del Libro.

La campaña en la que se sustenta la conducta ilícita otorgaba un descuento para aplicar en las segundas o ulteriores compras, con independencia de que también pudiera ser utilizado en otros productos.

Señala que la primera compra es la que facilita el descuento posterior de 5 euros, debe ser necesariamente de un libro y el descuento obtenido en la primera compra puede ser aplicado en un libro. Se afecta al precio de venta de los libros.

Por otra parte, la Ley del Libro ostenta el carácter de norma concurrencial. Se remite a la STS 526/2013, de 6 de septiembre, "Cooperativa Ábacus", referida a la concesión de un diez por ciento del precio de venta al público en puntos para aplicar en ulteriores adquisiciones de libros, que declaró ilícita, señalando además que la Ley del libro regula la actividad concurrencial. Cita también el recurso otras resoluciones dictadas por órganos de instancia.

En su escrito de oposición al recurso reitera AMAZON que la campaña era una práctica comercial dirigida a los consumidores que solo puede ser considerado acto de competencia desleal si se corresponde con uno de los previstos en los artículos 20 a 31 LCD o en los artículos 4.2 y 5, y 8 LCD, ninguno de los cuales ha sido infringido. La campaña constituye una práctica comercial con consumidores.

En relación a la competencia desleal por violación de normas señala que la demanda no se fundaba en la infracción del apartado 7 del artículo 9 de la Ley del Libro que se viene a introducir en el recurso.

Considera que las recurrentes se avienen al pronunciamiento desestimatorio sobre la existencia de una infracción del apartado octavo del artículo 9 de la Ley del libro y de un fraude de ley del artículo 6.4 del Código Civil.



Reitera que no hay infracción del artículo 9 de la Ley del Libro ya que no nos encontramos ante un descuento. La STS 526/2013 se refería a un descuento y tampoco examina la jurisprudencia comunitaria que interpreta la Directiva 2005/29/CE.

Tampoco la campaña resulta contraria a lo dispuesto en el apartado 8 del artículo 9 de la Ley del Libro que prohíbe el uso de libros como reclamo de otros productos pero no la utilización de productos o servicios que no son libros - cheque regalo - para promover la venta de cualesquiera productos puestos a la venta por el oferente.

Añade que la Ley del Libro no tiene por objeto regular la competencia como proceso sino la protección del libro como instrumento de transmisión de valores culturales.

AMAZON tampoco obtuvo ninguna ventaja competitiva significativa y la campaña solo permitiría a AMAZON hacer lo que ya hicieron otros y no diferenciar su oferta.

Finalmente señala, respecto de la acción de cesación, que únicamente podría comprender la utilización del cheque regalo como prima que permita obtener una reducción del precio de uno o varios libros en cualquiera de las lenguas oficiales en España cuyo importe conjunto no exceda de 100 euros. Y en relación a la acción de publicación no se han probado los requisitos exigidos para dar lugar a la misma y justificar su adopción como medida de remoción o indemnización in natura.

QUINTO. Con carácter previo hemos de destacar que el recurso no introduce ningún cambio de planteamiento de la demanda rectora de las actuaciones, ni desiste de ninguna de las infracciones alegadas como pretende el escrito de oposición al recurso. Precisamente el recurso se acaba por remitir a la demanda dada la precariedad argumentativa de la sentencia recurrida. Nos referiremos por lo tanto a las dos infracciones legales denunciadas, asumiendo en realidad una función de primera instancia.

Procede analizar en primer lugar, para seguir un orden lógico, el motivo de oposición al recurso referido a la aplicación del marco normativo resultante de la transposición de la Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con consumidores en el mercado interior. Sostiene AMAZON que el acto de competencia desleal consistente en la vulneración de normas no es uno de los que pueden reputarse desleales en las relaciones con consumidores. En este caso se trataría de práctica comercial dirigida a los consumidores, que solo puede ser considerado acto de competencia desleal si se corresponde con uno de los previstos en los artículos 20 a 31 LCD o en los artículos 4.2 y 5, y 8 LCD, ninguno de los cuales ha sido infringido. La campaña constituye una práctica comercial con consumidores.

No podemos aceptar tal planteamiento.

Quedan fuera del ámbito de aplicación de la Directiva 2005/29/CE las prácticas comerciales realizadas por las empresas que solo perjudican los intereses de otros empresarios o la competencia en el mercado. La Directiva requiere el perjuicio directo de los intereses económicos de los consumidores, lo que delimita el alcance de la armonización a este tipo de prácticas comerciales, lo que no es el caso. No afecta a las normas nacionales que prohíban determinadas prácticas por motivos diferentes de la protección de los intereses económicos de los consumidores, como ocurre con el sistema de precio fijo establecido en la Ley 10/2007, de 22 de junio, de la Lectura, del Libro y de las Bibliotecas. Las normas relativas al precio fijo de los libros no pretenden proteger a los consumidores.

Como señala el Tribunal de Justicia - Auto de 4 de octubre de 2012, C-559/2011, apartado 20 -, cualquier legislación nacional que no persiga fines de protección del consumidor no entra en el ámbito de aplicación de dicha Directiva.

Por otra parte, el ilícito de violación de normas no afecta a las relaciones de los operadores económicos con los consumidores. Las conductas que puedan quedar comprendidas en dicho precepto no incluyen comportamientos desleales contra los consumidores puesto que lo que se pretende proteger es el correcto funcionamiento del mercado.

SEXTO. La campaña controvertida facilita un cheque regalo de 5 euros en compras de libros superiores a 20 euros, cheque que puede ser canjeado en la compra de cualquier otro producto, incluidos libros (excepto e-books).

La demanda considera que dicha campaña constituye una conducta desleal en aplicación del artículo 15 LCD - cita los apartados 1 y 2 de dicho precepto - en cuanto incumple:

- a) Por una parte, las normas relativas a la aplicación de un precio fijo y al descuento máximo que puede aplicarse (apartados primero a tercero del artículo 9 de la Ley del Libro).
- b) Por otra, la prohibición de utilizar los libros como reclamo comercial para la venta de productos de naturaleza distinta (apartado 8 del artículo 9 de la Ley del Libro).



Debemos considerar aplicable el artículo 15.2 LCD, en cuanto las normas relativas al precio fijo y a los límites de los descuentos y la que establece la prohibición de utilizar libros como reclamo comercial tienen por objeto regular la actividad concurrencial.

Este precepto protege la igualdad de los concurrentes, que deben actuar en igualdad de condiciones y no desde posiciones concurrenciales aventajadas, obtenidas por la infracción de las normas reguladoras del mercado - STS 304/17, de 17 de mayo -. Añade la Sentencia que la ausencia de una referencia específica en el apartado segundo del art. 15 de la Ley de Competencia Desleal a la ventaja competitiva significativa, que sí se contiene en el apartado primero, no debe entenderse como indicativa de que cada uno de los apartados tiene un fundamento distinto. El fundamento de ambos apartados es común, la represión de la obtención de ventajas competitivas significativas mediante la infracción de normas. Cuando la norma infringida tiene por objeto la regulación de la competencia, dicho incumplimiento suele provocar en la inmensa mayoría de los casos una alteración automática de la *par condicio concurrentium* entre las empresas competidoras en un mismo mercado y es esto lo que determinará, por lo general, que el infractor incurra en una conducta desleal. Concluye la Sentencia citada destacando que la finalidad del art. 15.2 de la Ley de Competencia Desleal no es reprimir la infracción de la norma reguladora de la competencia, sino reprimir la prevalencia de una ventaja competitiva significativa adquirida a resultas de la infracción de tal norma.

Bien es cierto que debe atenderse a las circunstancias del mercado y la trascendencia que tales circunstancias tienen respecto de la posición concurrencial de los intervinientes en ese mercado, pero en el caso de la venta de libros no podemos afirmar que exista un incumplimiento generalizado de la Ley del Libro respecto a las limitaciones que impone. Por el contrario, lo que se aprecia es la conflictividad en el sector, que se ha venido manteniendo a lo largo de los años, destacando además la diversidad de campañas o promociones que van generando nuevas controversias, en las que también han participado las demandantes, aunque ello resultaría irrelevante.

Las restricciones a la libertad para fijar el precio de los libros se establecieron originalmente en el artículo 33 de la Ley 9/1975, del Libro. El precio de venta al público debía respetar el precio fijo impreso en cada ejemplar. Esta norma fue desarrollada por RD 2828/1979 y OM de 10 de diciembre de 1980.

Posteriormente, bajo el RD 484/1990, el editor o importador debía establecer un precio fijo de venta al público y hacerlo constar en cada ejemplar. El precio efectivo podía oscilar entre el 95 y el 100 por 100 del precio fijado. Si el libro se vendiese formando una unidad o conjuntamente con otros bienes y constituyese una oferta o promoción editorial el precio debía determinarse - exclusivamente como oferta del editor - para la totalidad de dichos elementos. La norma establecía algunas excepciones al precio fijo y a los descuentos.

La Ley 50/1998, de acompañamiento a la Ley de Presupuestos para 1999, en su artículo 92, flexibilizó este régimen para los libros de texto.

Antes de la entrada en vigor de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, el artículo 8 del RD 484/1990 se remitía a las acciones que pudieran ejercitarse al amparo de la legislación específica de competencia desleal, para los supuestos de la "obtención las ventajas competitivas adquiridas mediante la infracción de una norma jurídica".

Finalmente el apartado primero del artículo 9.1 de la Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas, mantiene el sistema de precio fijo y su apartado tercero establece que el precio de venta al público podrá oscilar entre el 95 por 100 y el 100 por 100 del precio fijo.

Por lo que se refiere al primero de los incumplimientos denunciados, referido a las normas que establecen un precio fijo y la limitación de descuentos, la STS 526/2013, de 6 de septiembre, se refería a la aplicación por una Cooperativa de descuentos superiores a los permitidos a través de la entrega de "puntos" por la adquisición de libros que eran expresión del reconocimiento de un crédito contra ella, que se compensaba en las adquisiciones posteriores.

La conducta contemplada se describe del siguiente modo:

"una fórmula denominada "nuevo ahorro cooperativo", que consiste en aplicar al socio el cinco por ciento de descuento sobre el precio de venta al público, legalmente permitido, en la adquisición del primer libro y concederle el diez por ciento del precio de venta al público en "puntos abacus", que el socio podrá aplicar en la adquisición del segundo o ulteriores libros, obteniendo, así, en la segunda venta un descuento del quince por ciento o más, si es que el socio ha acumulado más "puntos abacus".

El Tribunal Supremo considera que tal conducta constituye un acto desleal previsto en el artículo 15 LCD por infracción de las normas de los artículos 9, apartados 3 y 7, y 11, apartado 1, letra a), de la Ley 10/2007, de 22 de junio: "Cuando menos del tipificado en el apartado 1 del mismo -al que parecen referirse las recurrentes-, dado



que no hay duda de que la demanda se ha prevalido en el mercado de una significativa ventaja competitiva, adquirida mediante la infracción de las leyes -las cuales, en último caso, tenían por objeto la regulación de la actividad concurrencial, a los efectos del apartado 2 del mismo artículo-."

La Sentencia citada señala que el sistema de entrega de "puntos" en la adquisición de libros para canjearlos en compras de libros posteriores constituye una modalidad de descuento que afecta a los límites establecidos en la Ley del Libro:

En efecto, los "puntos abacus" constituyeron el instrumento para aplicar descuentos, no en la primera transacción, pero sí en las siguientes. La contraprestación dineraria a cargo del socio adquirente de los libros -ya favorecida por el descuento del cinco por ciento permitido- resultó reducida con el sistema de puntos, que operó como compensación de una deuda de la cooperativa sin más causa que la voluntad de la misma de reducir el importe de la deuda del socio en las siguientes transacciones.

Considera el Tribunal Supremo en relación a dicha conducta que no hay duda de que la demandada se ha prevalido en el mercado de una significativa ventaja competitiva. Y es que es evidente que la violación de sistema de precio fijo y limitación de descuento establecido en la Ley del Libro constituye una ventaja significativa en un aspecto tan relevante en el mercado como es el precio de los productos.

En definitiva, la entrega de puntos, vales o cheques que pueden ser canjeados en posteriores adquisiciones de libros constituye una modalidad de descuento.

En el caso que nos ocupa el importe de 5 euros en cheque regalo permite, como ha acreditado la recurrente, que en las posteriores adquisiciones de libros el descuento que representa supere el máximo autorizado por la Ley del Libro, lo que constituye una infracción del artículo 9, apartado 3, de la Ley.

Procede en consecuencia estimar en este aspecto el recurso en relación a la primera de las infracciones legales en las que se sustentaba la demanda.

Debemos añadir que no cabe efectuar ninguna matización al pronunciamiento referido a la cesación de la conducta, en cuanto la demandante no discutía que existan excepciones o exclusiones a las normas relativas al precio fijo, sino que se refería a la infracción de las normas en el ámbito propio de los límites que imponen.

SÉPTIMO. La segunda infracción legal en la que se sustenta la demanda es la prohibición de utilizar los libros como reclamo comercial para la venta de productos de naturaleza distinta (apartado 8 del artículo 9 de la Ley del Libro).

En el caso que nos ocupa, la promoción de AMAZON consistente en entregar un cheque regalo de cinco euros por compras de libros superiores a 20 euros no puede afectar a dicha prohibición, en cuanto lo que se promociona con el cheque regalo es la venta de libros, no de otros productos, de manera que no se trata del supuesto contemplado en la norma. Además, el hecho de que el cheque regalo pueda canjearse en la adquisición de otros productos tampoco supone utilizar libros como reclamo comercial. Con el cheque no se está promocionando la venta de otros productos ni esas ventas de otros productos se asocian a libros como reclamo de las ventas.

En este aspecto no puede prosperar el recurso.

OCTAVO. La demanda pretendía la publicación de parte suficiente de la sentencia, a determinar por el propio Juzgador.

Sin embargo no se expresa razón alguna que sostenga tal pretensión. La publicación de la sentencia no tiene un carácter necesario e imperativo que derive sin más de la estimación de la acción principal, sino que es una facultad que debe ser pedida por la parte procesal y debe justificar la necesidad de acudir a dicha publicación.

En consecuencia, no procede acceder a la publicación de la sentencia.

Visto lo expuesto, el recurso debe ser parcialmente estimado y, con estimación parcial de la demanda, procede declarar que la campaña efectuada por AMAZON en el mes de abril de 2013, consistente en la entrega de un cheque regalo de 5€ por compras superiores a 20€ en libros que puede ser canjeado en la compra de libros constituye un acto de competencia desleal, y condenar a la demandada a cesar en dicha campaña y a la prohibición de su reiteración en el futuro, absolviendo a la demandada en el resto de pretensiones ejercitadas, sin efectuar expresa imposición de las costas causadas en la primera instancia, por aplicación de lo dispuesto en el artículo 394 LEC.

Dada la estimación parcial no se efectúa expresa imposición de las costas del recurso - artículo 398 LEC -.

FALLAMOS



ESTIMAMOS PARCIALMENTE el recurso de apelación interpuesto por CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GREMIOS Y ASOCIACIONES DE LIBREROS y FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CÁMARAS DEL LIBRO contra la Sentencia dictada por el Juzgado de lo Mercantil núm. Cuatro de Madrid en el proceso del que dimanen las actuaciones, y cuya parte dispositiva se transcribe en los antecedentes y, en consecuencia, revocamos dicha resolución y, en su lugar,

1. Estimamos parcialmente la demanda interpuesta por la CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GREMIOS Y ASOCIACIONES DE LIBREROS y la FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CÁMARAS DEL LIBRO contra AMAZON EU, S.à.r.L.
2. Declaramos que la campaña efectuada por AMAZON EU, S.à.r.L. en el mes de abril de 2013, consistente en la entrega de un cheque regalo de 5€ por compras superiores a 20€ en libros que puede ser canjeado en la compra de libros constituye un acto de competencia desleal.
3. Condenamos a la demandada a cesar en dicha campaña y a la prohibición de su reiteración en el futuro.
4. Absolvemos a la demandada en el resto de pretensiones ejercitadas,
5. No se efectuamos expresa imposición de las costas causadas en la primera instancia.

No se efectúa expresa imposición de las costas del recurso.

La estimación total o parcial del recurso conlleva la restitución del depósito en su caso constituido por la parte apelante, de conformidad con lo establecido en la Disposición Adicional Decimoquinta LOPJ.

Remítanse los autos originales al Juzgado de lo Mercantil, a los efectos pertinentes.

La presente resolución no es firme y podrá interponerse contra ella ante este tribunal recurso de casación de concurrir interés casacional y también, conjuntamente, el recurso extraordinario por infracción procesal, en el plazo de veinte días a contar desde el día siguiente al de su notificación, previa constitución, en su caso, del depósito para recurrir previsto en la Disposición Adicional Decimoquinta LOPJ. De dichos recursos conocerá la Sala de lo Civil del Tribunal Supremo (Disposición Final 16ª de la Ley de Enjuiciamiento Civil).

Así, por ésta nuestra sentencia, de la que se llevará certificación al rollo, lo pronunciamos, mandamos y firmamos.