



ANDERSEN®



Efectos de la puesta en marcha de la Ley de la Cadena Alimentaria: cuestiones prácticas



CCI FRANCE ESPAGNE
CÁMARA FRANCO-ESPAÑOLA
La Chambre



ÍNDICE

1. ¿POR QUÉ SE MODIFICA LA LEY DE LA CADENA ALIMENTARIA?
2. ÁMBITO DE APLICACIÓN
3. NOVEDADES EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA
4. ¿COMO SE ESTABLECE EL PRECIO DEL CONTRATO?
5. PLAZOS DE PAGO
6. PUBLICIDAD
7. PROMOCIONES
8. PROHIBICIÓN DE LA VENTA A PÉRDIDAS: PROTECCIÓN DEL VALOR EN LA CADENA ALIMENTARIA
9. REVELACIÓN DE SECRETOS EMPRESARIALES
- 10.PAGOS ADICIONALES
- 11.CANCELACIÓN DE PRODUCTO
- 12.PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES.
- 13.PROCEDIMIENTO SANCIONADOR: INFRACCIONES Y SANCIONES.
- 14.LAS AUTORIDADES DE EJECUCIÓN



¿POR QUÉ SE MODIFICA LA LEY DE LA CADENA ALIMENTARIA?

EL PRINCIPAL OBJETIVO ES REFORZAR LA POSICIÓN NEGOCIADORA Y EQUILIBRIO DE LOS DISTINTOS AGENTES EN LAS RELACIONES COMERCIALES DE LA CADENA.

Tras la transposición de la Directiva de la Unión Europea 2019/633 relativa a las prácticas comerciales desleales y la reforma mediante Real Decreto Ley 5/2020 que exigía cubrir el coste efectivo de producción y prohibición de venta a pérdidas.

Con esta **nueva modificación de la ley se modifican e introducen novedades en las ya conocidas:**

- Prácticas comerciales desleales, diferenciando entre negras y grises
- Novedades en el procedimiento sancionador

Igualmente se introducen **nuevas obligaciones como:**

- **determinación del coste efectivo** tomando como referencia la producción comercializada en un ciclo económico, lo que puede dar lugar a la utilización de costes medios;
- la **creación de un Registro de Contratos Alimentarios** y obligación de inscripción de los contratos.
- la posibilidad de que se adopten **medidas provisionales** antes del procedimiento contencioso.
- la **presunción de culpabilidad** del comprador en los supuestos de las infracciones más graves, entre otras.

ÁMBITO DE APLICACIÓN.

TODAS LAS RELACIONES COMERCIALES DE LOS OPERADORES DENTRO DE LA CADENA ALIMENTARIA.

- Cuando los operadores de la relación estén establecidos en España y/o un estado miembro de la UE.
- Cuando uno de los operadores sea de un tercer estado, se aplicaran todas las prohibiciones de la ley y su régimen sancionador, recogidos en los artículos 22 y siguientes.
- Aplica a las empresas de: **transporte, hostelería y restauración**. Con un volumen superior a **10 millones de Euro**
- Aplica a empresas que presten **servicios de alojamiento**. Con un volumen superior a **50 millones de Euro**.

DESTACAR LAS SALVEDADES QUE SE PREVÉN EN LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE PLÁTANOS DE LA IPG DEL PLÁTANO DE CANARIAS.

NOVEDADES EN LA CONTRATACIÓN ALIMENTARIA

LOS CONTRATOS ALIMENTARIOS DEBERÁN DE REALIZARSE POR ESCRITO, **SALVO LOS DE PRECIO INFERIOR A 1.000 € (normativa lucha contra el fraude). Y LAS OPERACIONES DE PAGO AL CONTADO.**

(Se deberán de respetar el resto de obligaciones contenidas en la ley)

LOS ELEMENTOS NECESARIOS EN EL CONTRATO:

- Objeto
 - Precio del contrato → respetando el coste efectivo de producción
 - Condiciones de pago
 - Duración del contrato
 - Conciliación y resolución de conflictos
- Quedan prohibidas las modificaciones contractuales, salvo que se acuerde de mutuo acuerdo.
 - Obligación de conservación de la documentación. Al menos durante 4 años.
 - Nuevo Registro Digital, donde se inscriben los contratos. Se deberá inscribir antes de la entrega del producto.
 - Al Registro podrá acceder la AICA y las autoridades competentes.

¿COMO SE ESTABLECE EL PRECIO DEL CONTRATO?

EL ARTÍCULO 9. C) SOBRE CONDICIONES CONTRACTUALES ESTABLECE:

El precio del contrato alimentario, se establecerá, con **expresa indicación de todos los pagos, incluidos los descuentos** aplicables, que se determinará en cuantía fija y/o variable, en función únicamente de factores objetivos, verificables, no manipulables y expresamente establecidos en el contrato, que **en ningún caso puedan ser manipulables por el propio operador u otros operadores del sector** o hacer referencia a precios participados.

El precio del contrato alimentario que tenga que percibir un productor primario o una agrupación de estos **deberá ser, en todo caso, superior al total de costes asumidos por el productor o coste efectivo de producción**, que incluirá todos los costes asumidos para desarrollar su actividad, entre otros, el coste de semillas y plantas de vivero, fertilizantes, fitosanitarios, pesticidas, combustibles y energía, maquinaria, reparaciones, costes de riego, alimentos para los animales, gastos veterinarios, amortizaciones, intereses de los préstamos y productos financieros, trabajos contratados y mano de obra asalariada o aportada por el propio productor o por miembros de su unidad familiar.

La determinación del coste efectivo habrá de realizarse tomando como referencia el conjunto de la **producción comercializada para la totalidad o parte del ciclo económico** o productivo, que se imputará en la forma en que el proveedor considere que mejor se ajusta a la calidad y características de los productos objeto de cada contrato.

PLAZOS DE PAGO

La propia de Ley de la Cadena, te remite a la Ley 15/2010, de 5 de julio en la que se establecen **medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales**, para conocer los plazos de pago de los productos agroalimentarios:

Productos percederos:

El plazo de pago de estos productos no podrá ser **mayor a 30 días** a partir de la fecha de entrega.

Productos no percederos

El plazo de pago de estos productos no podrá ser **mayor a 60 días** a partir de la fecha de entrega.

SISTEMA CONFIRMING O PAGARÉ BANCARIO:

- Medios de pago admitidos en derecho
- El objetivo de ellos es anticipar o retrasar el cobro

CONFIRMING: sistema para gestionar los pagos a proveedores que permite adelantarle a éstos el cobro de las facturas antes de la fecha de vencimiento establecida. Ejemplo: confirming a 180 días de vencimiento.

PAGARÉ: título de crédito donde el comprador se compromete a pagar el dinero al vendedor, con anterioridad a la fecha de vencimiento

PUBLICIDAD

LA PUBLICIDAD DE LOS PRODUCTOS, ESTA PERMITIDA POR LA LCA.

PERO...

Nunca podrá ser publicidad ilícita o desleal.

- En **ningún caso**, ya sea en los envases, en la presentación o en la publicidad del producto o servicio
- No se podrán poner elementos distintivos que provoquen **riesgo de asociación o confusión** con los de otro operador o con marcas o nombres comerciales de otro operador
- Para que el comprador pueda **exigir a los proveedores el pago de la publicidad** de productos, deberá de estar expresamente **previsto en el contrato y aceptado de mutuo acuerdo** entre las partes

PUBLICIDAD vs PROMOCIÓN

- La **publicidad** hace referencia a los elementos distintivos que se utilizan para promocionar ciertos productos o servicios.
- La **promoción comercial**, es el acuerdo o pactos de pago que se realizan entre el proveedor y comprador para comercializar ciertos productos o servicios que se ofrecen. Para que sea válida la promoción, deberá de ser pactada bajo interés mutuo y libertad de pactos entre las partes (Artículo 12 Bis)

PROMOCIONES

La LCA, en su artículo 12 Bis permite realizar promociones entre proveedores y compradores siempre que haya: *(i)* acuerdo entre las partes, *(ii)* interés mutuo y *(iii)* flexibilidad de adaptación a las circunstancias de los operadores.

¿QUÉ DEBE RECOGER EL ACUERDO DE PROMOCIÓN PACTADA?

- Los plazos de la promoción,
- Precios de cesión (incluyendo los pagos adicionales por la financiación de la promoción),
 - Los volúmenes,
 - Procedimiento y tipo de promoción,
 - Desarrollo,
 - Cobertura geográfica y evaluación del resultado de esta.

¿COMO SE DEBE DE IDENTIFICAR LA PROMOCIÓN EN LA PUBLICIDAD DEL PRODUCTO?

Se deberá de identificar claramente en la **información publicitaria, cartelería y tiquets de compra**. → Así el consumidor conocerá el alcance de la actividad promocional.

También **deberá de figurar el precio real del producto** y la causa de la promoción.

PROHIBICIONES:

No se puede realizar una promoción que:

- Induzca a error en el consumidor sobre el precio real, imagen y producto
- Que perjudique la percepción del consumidor sobre calidad y valor de los productos

PROHIBICIÓN DE LA VENTA A PÉRDIDAS: PROTECCIÓN DEL VALOR EN LA CADENA ALIMENTARIA

“SE DEBERÁ DE PAGAR AL OPERADOR INMEDIATAMENTE ANTERIOR UN PRECIO IGUAL O SUPERIOR AL COSTE EFECTIVO DE PRODUCCIÓN DE TAL PRODUCTO”

En cuanto a **la venta final**:

- No se podrá ofertar un precio de venta al público inferior al precio real de adquisición del mismo.

No se considera práctica comercial desleal, la venta a pérdidas al público de alimentos o productos alimenticios perecederos que se encuentren en fecha próxima de inutilización.

REVELACIÓN DE SECRETOS EMPRESARIALES

NO REVELACIÓN DE SECRETOS EMPRESARIALES:



Los operadores de la cadena, deberán de respetar la obtención y utilización de la información relevante.
Guardar información confidencial.

CONFIDENCIALIDAD ENTRE OPERADORES



Los operadores no podrán exigirse ni desvelar secretos empresariales sobre otros operadores y, en particular, documentos que permitan verificar dicha información comercial.

EVITAR PRÁCTICAS CONTRARIAS A LA LIBRE COMPETENCIA.



Deberán de gestionar las marcas de los productos alimentarios.
Prohibición de actos contrarios a la libre competencia. Ejemplo: Actos ilícitos de publicidad

PAGOS ADICIONALES

EL ARTÍCULO 12 DE LA LCA, PERMITE REALIZAR PAGOS ADICIONALES SIEMPRE Y CUANDO SEA PARA:

- Referenciación de un nuevo producto
- Financiación parcial de una promoción comercial de un producto

¿CÓMO SE DEBE DE LLEVAR A CABO?

- Se deberá de formalizar en el Contrato
 - Pactar entre ambas partes
- Descripción de las contraprestaciones de los pagos

PRÁCTICAS PROHIBIDAS

- Exigir pagos adicionales o asunción de costes sobre el precio pactado en el contrato, **siempre y cuando no sea para una referenciación de nuevo producto o promoción**
- **Exigir pagos adicionales cuando no este expresamente pactado por ambas partes** (Artículo 14 Bis 2 a), c), d), e))

CANCELACIÓN DEL PRODUCTO

CANCELACIÓN DE PRODUCTOS:

No se podrá cancelar un pedido de productos agrícolas y alimentarios perecederos dentro de los 30 días previos al momento señalado para su entrega.

DEVOLUCIÓN DE PRODUCTOS NO VENDIDOS

Ambas partes y de mutuo acuerdo podrán pactar la devolución de productos no vendidos al proveedor sin pagar por estos productos no vendidos, o su eliminación, o ambas cosas.

PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES NEGRAS.

Estas prácticas son de ABSOLUTA PROHIBICIÓN

- Aplazamiento de pago de productos incumpliendo la ley de medidas de lucha contra la morosidad.
- La cancelación de un pedido de productos agrícolas y perecederos dentro de los 30 días previos a su entrega por el vendedor.
- Modificación unilateral por alguna de las partes del contrato alimentario de alguno de los términos esenciales del mismo.
- Que una de las partes exija pagos que no están relacionados con la venta de los productos alimentarios.
- Que el comprador exija al proveedor que pague el deterioro o pérdida de los productos agrícolas o alimentarios ocurridos en los locales del comprador o cuándo la propiedad ya haya sido transferida al comprador.
- Que una de las partes se niegue a confirmar por escrito los términos de un contrato que fueron acordados con anterioridad.
- Obtención, utilización o divulgación de secretos empresariales por alguna de las partes de la relación comercial.
- Amenazas o actos de represalia comercial por una de las partes de la relación cuando la otra parte ejerza sus derechos legales y contractuales.
- Que el comprador transfiera al proveedor los gastos derivados de estudiar las reclamaciones de los clientes relativas a la venta de los productos del proveedor

PRÁCTICAS COMERCIALES DESLEALES GRISES.

**Estas prácticas son de PROHIBICIÓN RELATIVA.
Es decir, ambas partes de mutuo acuerdo pueden pactar realizar
estas prácticas**

- Cobrar a una de las partes el almacenamiento, exposición o inclusión en una lista de referencias de sus productos alimentarios
- Que se exija a una de las partes que asuma total o parcialmente el coste de los productos vendidos como una promoción
- Que se exija a una parte el pago de la publicidad o comercialización de los productos.
- Que una parte cobre a la otra el personal de acondicionamiento de los locales utilizados.
- Que el comprador devuelva productos no vendidos sin abonar el precio de estos.

PROCEDIMIENTO SANCIONADOR: INFRACCIONES Y SANCIONES.

EL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR, SE REGISTRÁ POR LA LEY DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO COMUN DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS.

- Las autoridades administrativas, pueden adoptar y acordar medidas provisionales.
 - Se establece una presunción de culpabilidad del comprador, en caso de inspección y denuncia, de las más graves infracciones tipificadas en régimen sancionador.
 - Se publicará trimestralmente las sanciones más graves incluyendo el nombre del infractor.
- Posibles reclamaciones de resarcimiento por daños y perjuicios en sede judicial

		 GRADO MÍNIMO	 GRADO MEDIO	 GRADO MÁXIMO
01	LEVES	250 -1.000 €	1.001 - 2.000 €	2.001 -3.000 €
02	GRAVES	3.001-33.000 €	33.001-66.000 €	66.001 -100.000 €
03	MUY GRAVES	100.001-333.000 €	333.001-666.000 €	666.001-1.000.000 €

LAS AUTORIDADES DE EJECUCIÓN

LA AGENCIA DE INFORMACIÓN Y CONTROL ALIMENTARIO (AICA)

- Encargada de establecer y desarrollar el régimen de control necesario
- Determinara las funciones de control de cumplimiento a las autoridades competentes de las Comunidades Autónomas.
- Un año mas tarde de la entrada en vigor, se publicaran los criterios de los factores que intervienen en el coste efectivo de producción.

EL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

- Un año mas tarde de la entrada en vigor, se publicaran los criterios de los factores que intervienen en el coste efectivo de producción.
- Presentará un informe en el que, analizará los precios que han recibido los productos, atendiendo a la evolución que se haya producido del sistema de fijación de precios y a los precios medios recibidos por los productores

LA ENTRADA EN VIGOR DE LA LEY FUE EL 16 DE DICIEMBRE DE 2021.

Los contratos anteriores, deberán de adaptarse a las nuevas obligaciones antes del 1 de mayo de 2022

INFORMACIÓN DE CONTACTO

José Miguel Soriano Luceno

Líder del sector Agroalimentario y Socio en el área de Procesal, Concursal y Arbitraje

jmiguel.soriano@es.Andersen.com

+34 917 813 300

Andersen



Excelencia

Nuestro objetivo es ser un referente de calidad en el sector.



Transparencia

Valoramos la comunicación abierta, el intercambio de información y la toma de decisiones conjuntas.



Compromiso

Contratamos a los mejores y más brillantes profesionales y nuestra filosofía es invertir en nuestro equipo para asegurar un legado.



Continuidad

Nuestra firma se construye como un proyecto global. Compartimos los mismos intereses y ofrecemos el máximo nivel de servicio al cliente independientemente del lugar donde se encuentre.



Independencia

Nuestra actividad se centra en representar a nuestros clientes de manera objetiva e independiente. Ofrecemos los consejos y soluciones más beneficiosos para nuestros clientes.

La firma en España

Equipo

- Más de **250 profesionales** y **40 socios** responsables de diseñar, coordinar y gestionar los equipos más adecuados para cada transacción.

Especialización

- Nuestros abogados, de reconocido prestigio tanto en España como fuera, son multidisciplinares y cubren todas las prácticas del derecho.

Visión integral

- Nuestro equipo especializado en las principales prácticas del derecho empresarial ofrece soluciones adaptadas a cada caso concreto.



Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla.