

Bruxelles, 3 maggio 2004

La Commissione autorizza il nuovo sistema di distribuzione e assistenza Porsche

Porsche ha modificato i suoi accordi e ha aperto la rete di assistenza ai riparatori indipendenti che soddisfano i criteri qualitativi. Tali riparatori indipendenti possono, quindi, richiedere di far parte della rete ufficiale dei centri assistenza Porsche. Con queste modifiche, Porsche non lega più la fornitura di servizi post-vendita ad un'obbligazione di vendita di veicoli nuovi. Il Commissario per la Concorrenza, Mario MONTI, si è felicitato di questi cambiamenti e del fatto che Porsche ha intenzione di modificare i propri accordi di distribuzione di veicoli nuovi così da adattarli alle esigenze della nuova esenzione per categoria applicabile al settore automobilistico.

Secondo il nuovo sistema di distribuzione, tutti i concessionari Porsche avranno la facoltà di subappaltare il servizio post-vendita a qualsiasi centro di assistenza autorizzato Porsche. Come avveniva già con i precedenti contratti, i distributori saranno liberi di vendere veicoli ai consumatori di altri Stati membri.

I centri di assistenza autorizzati Porsche

Poiché la quota di mercato detenuta dalla rete Porsche sul mercato della riparazione delle vetture Porsche è superiore al 30 %, Porsche ha optato per un sistema di distribuzione selettiva qualitativa per la propria rete di centri assistenza autorizzati. Questa decisione ha come effetto quello di aprire la rete di fornitura di servizi di riparazione agli operatori qualificati che desiderano diventare un centro di assistenza autorizzato Porsche. A tal fine, Porsche renderà disponibili ad ogni riparatore interessato i criteri qualitativi in vigore.

Tuttavia, per essere autorizzato come centro assistenza ufficiale Porsche, l'officina non può vendere vetture sportive né veicoli utilitari sportivi di marche concorrenti, come ad esempio Aston Martin, Audi, BMW, Jaguar, Lamborghini, Land Rover, Mercedes o Volkswagen (Touareg). Secondo lo studio condotto dalla Commissione, questa regola influenzerà al massimo circa l'8% degli operatori attivi sul mercato automobilistico in Europa – distributori o riparatori di altre marche e riparatori indipendenti. In queste circostanze, la Commissione non considera l'obbligo di non concorrenza come una restrizione apprezzabile della concorrenza sul mercato della riparazione dei veicoli Porsche.

Inoltre, questa restrizione del diritto di vendere marche concorrenti non è applicabile:

- ai concessionari Porsche che possono gestire un'officina che fornisce servizi di riparazione per qualsiasi marca concorrente, nel caso di concessionari monomarca o multimarca;
- ai riparatori indipendenti e ai riparatori autorizzati di veicoli di qualsiasi marca che possono diventare riparatori autorizzati Porsche né
- ai distributori di molte marche di autovetture vendute in Europa che non offrono né vetture sportive né veicoli utilitari sportivi concorrenti.

La rete dei concessionari Porsche rientra nell'ambito di applicazione della comunicazione «de minimis»

L'analisi dei dati disponibili sui mercati rilevanti della distribuzione di veicoli ha mostrato che Porsche ha quote di mercato inferiori al 5% in tutti gli Stati membri. Sui mercati rilevanti, la quota di vendite Porsche nei diversi Stati membri varia tra 0,3 e 4,2 %. Porsche vende solo lo 0,17% del totale vetture immatricolate nell'UE. Inoltre, la rete di distribuzione Porsche, costituita da circa 220 distributori, rappresenta approssimativamente lo 0,4 % dei 50.970 distributori di veicoli nuovi operanti nell'UE. Nel rispetto delle regole generali «de minimis», Porsche potrà chiedere ai propri distributori di vendere i veicoli di marche concorrenti in saloni d'esposizione separati e attraverso personale di vendita specifico o di non aprire punti vendita supplementari dopo la scadenza, il 30 settembre 2005, della "clausola di localizzazione".

Questi principi, tuttavia, valgono solo per alcuni piccoli costruttori: nella maggior parte dei casi infatti, le marche automobilistiche appartengono a grandi gruppi automobilistici e quindi hanno delle quote di mercato superiori alla soglia del 5% al di sopra della quale la regola «de minimis» non è applicabile.

Nota

In Europa la quasi totalità dei veicoli nuovi è distribuita attraverso sistemi di distribuzione selettiva quantitativa (solamente Suzuki utilizza un sistema di distribuzione esclusiva).

Secondo la c.d. comunicazione «de minimis»¹, sul mercato dove la quasi totalità degli operatori utilizza lo stesso tipo di accordo di distribuzione, un fornitore non contribuisce in modo significativo all'effetto cumulativo di chiusura se la propria quota di vendite non eccede il 5 %. Inoltre, i suoi accordi non possono comportare delle restrizioni fondamentali, quali ad esempio l'imposizione di prezzi di vendita. Se un fornitore rientra nella regola «de minimis», gli articoli 3 e 5 dell'esenzione per categoria non sono applicabili².

¹ Comunicazione della Commissione riguardante gli accordi di importanza minore che non restringono sensibilmente la concorrenza ai sensi dell'articolo 81, paragrafo 1, del Trattato istitutivo della Comunità Europea (*de minimis*), GU C 372 del 9.12.1997. Vedere anche la risposta alla domanda 7 contenuta nell'opuscolo esplicativo del regolamento (CE) n°1400/2002, dove è indicato che le condizioni di cui agli articoli 3 e 5 del suddetto regolamento non si applicano agli accordi di distribuzione per i quali la quota di mercato del fornitore è al di sotto della soglia «de minimis».

² Vedere la parte finale della risposta alla domanda 7 contenuta nell'opuscolo esplicativo del regolamento (CE) n°1400/2002.