

Comunicazione della Commissione**Orientamenti aggiuntivi in materia di restrizioni verticali negli accordi per la vendita e la riparazione di autoveicoli e per la distribuzione di pezzi di ricambio per autoveicoli**

(Testo rilevante ai fini del SEE)

(2010/C 138/05)

I. INTRODUZIONE**1. Scopo degli orientamenti**

- (1) I presenti orientamenti definiscono i principi da seguire per valutare, ai sensi dell'articolo 101 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea ⁽¹⁾, questioni particolari inerenti alle restrizioni verticali previste da accordi per la vendita e la riparazione di autoveicoli e per la distribuzione di pezzi di ricambio. Essi accompagnano il regolamento (UE) n. 461/2010 della Commissione relativo all'applicazione dell'articolo 101, paragrafo 3, del trattato sul funzionamento dell'Unione europea a categorie di accordi verticali e pratiche concordate nel settore automobilistico ⁽²⁾ (in appresso: «il regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli») e servono ad aiutare le imprese a valutare esse stesse gli accordi di questo tipo.
- (2) I presenti orientamenti forniscono chiarimenti su questioni particolarmente importanti per il settore automobilistico, inclusa l'interpretazione di alcune disposizioni del regolamento (UE) n. 330/2010 della Commissione, del 20 aprile 2010, relativo all'applicazione dell'articolo 101, paragrafo 3, del trattato sul funzionamento dell'Unione europea a categorie di accordi verticali e pratiche concordate ⁽³⁾ (in appresso: «il regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali») e lasciano impregiudicata l'applicabilità degli orientamenti sulle restrizioni verticali ⁽⁴⁾ (in appresso «gli orientamenti verticali generali»). Essi vanno pertanto letti in combinato disposto con detti orientamenti verticali generali e considerati una loro integrazione.
- (3) I presenti orientamenti si applicano sia agli accordi verticali che alle pratiche concordate concernenti le condizioni alle quali le parti possono acquistare, vendere o rivendere pezzi di ricambio e/o fornire servizi di riparazione e manutenzione per autoveicoli, che agli accordi verticali e pratiche concordate concernenti le condizioni alle quali le parti possono acquistare, vendere o rivendere autoveicoli nuovi. Come spiegato alla sezione II dei presenti orientamenti, quest'ultima categoria di accordi e pratiche concordate rimarrà soggetta alle disposizioni rilevanti del regolamento (CE) n. 1400/2002, del 31 luglio 2002, della Commissione relativo all'applicazione dell'articolo 81, paragrafo 3, del trattato a categorie di accordi verticali e pratiche

concordate nel settore automobilistico ⁽⁵⁾ fino al 31 maggio 2013. Pertanto, per quanto riguarda gli accordi verticali e le pratiche concordate concernenti l'acquisto, la vendita o la rivendita di autoveicoli nuovi, i presenti orientamenti si applicheranno solo dal 1° giugno 2013. I presenti orientamenti non si applicano agli accordi verticali in settori diversi da quello degli autoveicoli ed i principi ivi definiti non sono necessariamente utilizzabili per valutare accordi in altri settori.

- (4) I presenti orientamenti non pregiudicano l'eventuale applicazione parallela dell'articolo 102 del trattato ad accordi verticali nel settore né eventuali interpretazioni della Corte di giustizia dell'Unione europea in relazione all'applicazione dell'articolo 101 del trattato a tali accordi verticali.
- (5) Salvo diversamente precisato, l'analisi e le argomentazioni sviluppate nei presenti orientamenti si applicano a tutti i livelli della catena commerciale. I termini «fornitore» e «distributore» ⁽⁶⁾ sono usati per tutti i livelli della catena commerciale. Il regolamento generale di esenzione per categoria verticale e il regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli sono denominati in appresso collettivamente «i regolamenti di esenzione per categoria».
- (6) I criteri qui esposti vanno applicati nelle circostanze specifiche, di fatto e di diritto, proprie ad ogni fattispecie. La Commissione applicherà ⁽⁷⁾ i presenti orientamenti in maniera ragionevole e flessibile e terrà conto dell'esperienza acquisita nel corso delle sue attività di controllo del mercato e di applicazione delle norme.
- (7) L'esperienza nell'applicazione delle norme di concorrenza in questo settore dimostra che determinate restrizioni possono essere la conseguenza di espliciti obblighi contrattuali diretti oppure di obblighi o mezzi indiretti che ottengono comunque lo stesso risultato anticoncorrenziale. Un fornitore che intenda influenzare il comportamento concorrenziale di un distributore può, ad esempio, ricorrere a minacce, intimidazioni, avvertimenti o penalità. Può anche rinviare o sospendere le consegne o minacciare di porre fine ai contratti di distributori che vendono a consumatori stranieri o che non osservano un dato livello di prezzo.

⁽¹⁾ A decorrere dal 1° dicembre 2009, gli articoli 81 e 82 del trattato CE diventano, rispettivamente, gli articoli 101 e 102 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea («TFUE»), ma non cambiano nella sostanza. Ai fini dei presenti orientamenti, i riferimenti agli articoli 101 e 102 del TFUE si intendono fatti, ove opportuno, agli articoli 81 e 82 del trattato CE. Il TFUE ha inoltre introdotto alcuni cambiamenti nella terminologia, come la sostituzione di «Comunità» con «Unione» e di «mercato comune» con «mercato interno». Nei presenti orientamenti sarà utilizzata la terminologia del TFUE.

⁽²⁾ GU L 129 del 28.5.2010, pag. 52.

⁽³⁾ GU L 102 del 23.4.2010, pag. 1.

⁽⁴⁾ GU C 130 del 19.5.2010, pag. 1.

⁽⁵⁾ GU L 203 dell'1.8.2002, pag. 30.

⁽⁶⁾ Nel settore automobilistico i distributori a livello di vendita al dettaglio sono comunemente denominati «rivenditori» o «concessionari».

⁽⁷⁾ Da quando è stata avviata la modernizzazione delle norme dell'Unione in materia di concorrenza, la responsabilità di tale analisi spetta in primo luogo alle parti che concludono gli accordi. La Commissione può tuttavia analizzare la compatibilità degli accordi con l'articolo 101 del trattato, di propria iniziativa o in seguito ad una denuncia.

Se i rapporti tra le parti contraenti sono trasparenti, i costruttori sono di norma meno esposti all'accusa di aver utilizzato tali forme indirette di pressione, finalizzate al raggiungimento di esiti contrari alla concorrenza. Aderire a un codice di condotta è un modo di raggiungere una maggiore trasparenza nelle relazioni commerciali fra le parti. Tali codici possono fra l'altro prevedere dei preavvisi per porre termine a un contratto che possono essere stabiliti in funzione della durata del contratto, delle indennità in caso di termine anticipato del contratto senza giusta causa per gli investimenti propri al rapporto contrattuale realizzati dal concessionario e che sono ancora in corso, nonché l'arbitrato come meccanismo alternativo per la risoluzione delle controversie. Se un fornitore integra un tale codice di condotta nei suoi accordi con distributori e riparatori, lo rende pubblico e ne rispetta le disposizioni, ciò sarà considerato come un fattore rilevante per valutare la condotta del fornitore nei singoli casi.

2. Struttura degli orientamenti

- (8) Gli orientamenti sono strutturati nel modo seguente:
- a) campo di applicazione del regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli e rapporto con il regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali (sezione II);
 - b) applicazione delle disposizioni aggiuntive nel regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli (sezione III);
 - c) valutazione di restrizioni specifiche: monomarchismo e distribuzione selettiva (sezione IV).

II. CAMPO DI APPLICAZIONE DEL REGOLAMENTO DI ESENZIONE PER CATEGORIA PER GLI AUTOVEICOLI E RAPPORTO CON IL REGOLAMENTO GENERALE DI ESENZIONE PER CATEGORIA PER GLI ACCORDI VERTICALI

- (9) Ai sensi dell'articolo 4, il regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli si applica agli accordi verticali relativi all'acquisto, la vendita o la rivendita di pezzi di ricambio per autoveicoli e alla fornitura di servizi di riparazione e manutenzione per gli autoveicoli.
- (10) L'articolo 2 del regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli estende fino al 31 maggio 2013 l'applicazione delle disposizioni rilevanti del regolamento (CE) n. 1400/2002, per quanto riguarda gli accordi verticali relativi all'acquisto, la vendita o la rivendita di autoveicoli nuovi. Ai sensi dell'articolo 3 del regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli, a partire dal 1° giugno 2013 gli accordi verticali relativi all'acquisto,

la vendita o la rivendita di autoveicoli nuovi rientrano nel campo d'applicazione del regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali ⁽¹⁾.

- (11) La distinzione che il nuovo quadro stabilisce tra i mercati per la vendita di autoveicoli nuovi e i mercati dei servizi di assistenza post-vendita per gli autoveicoli rispecchia le condizioni di concorrenza prevalenti su tali mercati.
- (12) A seguito dell'approfondita analisi di mercato di cui alla Relazione di valutazione sul funzionamento del regolamento (CE) n. 1400/2002 della Commissione del 28 maggio 2008 ⁽²⁾ e alla comunicazione della Commissione «Il futuro quadro normativo in materia di concorrenza applicabile al settore automobilistico del 22 luglio 2009» ⁽³⁾, non risultano significativi problemi in termini di concorrenza che contraddistinguono il settore della distribuzione di autoveicoli nuovi da altri comparti economici e che potrebbero rendere necessaria l'applicazione di regole diverse e più rigorose di quelle del regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali. Di conseguenza, l'applicazione di una soglia del 30 % ⁽⁴⁾ della quota di mercato, la non esenzione di certe restrizioni verticali e le condizioni stabilite nel regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali garantiranno di norma che gli accordi verticali relativi alla distribuzione di autoveicoli nuovi rispettino le condizioni di cui all'articolo 101, paragrafo 3, del trattato senza dover ricorrere a condizioni più restrittive di quelle applicabili ad altri settori.
- (13) Tuttavia, onde concedere a tutti gli operatori il tempo per adeguarsi al regime generale, in particolare in presenza di investimenti a lungo termine propri al rapporto contrattuale, il periodo di applicazione del regolamento (CE) n. 1400/2002 è prorogato di tre anni fino al 31 maggio 2013 per quanto riguarda le condizioni che si riferiscono specificamente agli accordi verticali relativi all'acquisto, la vendita o la rivendita di autoveicoli nuovi. Dal 1° giugno 2010 al 31 maggio 2013, le disposizioni del regolamento (CE) n. 1400/2002 che si riferiscono sia agli accordi per

⁽¹⁾ La scadenza del regolamento (CE) n. 1400/2002 e la sua sostituzione con il nuovo quadro giuridico esposto nei presenti orientamenti non richiedono, in sé, di porre termine ai contratti esistenti. Cfr., ad esempio, la sentenza nella causa C-125/05, *Vulcan Silkeborg A/S/Skandinavisk Motor Co. A/S*, Racc. 2006, pag. I/7637.

⁽²⁾ SEC(2008) 1946.

⁽³⁾ COM(2009) 388.

⁽⁴⁾ Ai sensi dell'articolo 7 del regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali, il calcolo della quota di mercato si basa normalmente sui dati relativi al valore delle vendite sul mercato, o, se tali dati non sono disponibili, su altre informazioni di mercato affidabili, ivi compresi i volumi delle vendite sul mercato. A tale riguardo la Commissione osserva che, per quanto riguarda la distribuzione di autoveicoli nuovi, le quote di mercato sono attualmente calcolate dall'industria in base al volume dei veicoli venduti dal fornitore sul mercato rilevante, cosa che include tutti i veicoli considerati dall'acquirente come interscambiabili o sostituibili in virtù delle loro caratteristiche, del prezzo e dell'uso cui sono destinati.

la distribuzione di autoveicoli nuovi che agli accordi per l'acquisto, vendita e la rivendita di pezzi di ricambio e/o la fornitura di servizi di riparazione e di manutenzione di autoveicoli si applicheranno soltanto agli accordi del primo tipo. In tale periodo le disposizioni del regolamento (CE) n. 1400/2002 non potranno essere interpretate alla luce dei presenti orientamenti. Va fatto invece riferimento all'opuscolo esplicativo relativo al regolamento stesso ⁽¹⁾.

- (14) Per quanto riguarda gli accordi verticali concernenti le condizioni alle quali le parti possono acquistare, vendere o rivendere pezzi di ricambio e/o fornire servizi di riparazione e manutenzione, il regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli si applica a partire dal 1° giugno 2010. Ciò significa che, per poter beneficiare dell'esenzione ai sensi dell'articolo 4 di tale regolamento, tali accordi devono, da un lato, soddisfare le condizioni per l'esenzione previste dal regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali e, dall'altro, non devono contenere nessuna delle gravi restrizioni della concorrenza, generalmente definite restrizioni fondamentali, di cui all'articolo 5 del regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli.
- (15) Dato che i mercati dei servizi di riparazione e manutenzione e della distribuzione di pezzi di ricambio sono generalmente organizzati per marca, su tali mercati la concorrenza è intrinsecamente meno intensa di quella sul mercato per la vendita di autoveicoli nuovi. Anche se l'affidabilità è migliorata e gli intervalli tra un servizio di assistenza e l'altro si sono allungati grazie ai progressi tecnologici, tale evoluzione positiva è vanificata da una tendenza all'aumento dei prezzi per i singoli interventi di riparazione e manutenzione. Sui mercati dei pezzi di ricambio, i pezzi con il marchio del costruttore automobilistico concorrono con quelli dei fornitori di equipaggiamenti originali (OES) e con quelli di altre parti. Ciò mantiene la pressione sui prezzi in tali mercati, circostanza che influisce a sua volta sui prezzi dei mercati dei servizi di riparazione e manutenzione, in quanto i pezzi di ricambio incidono in larga misura sui costi di una riparazione media. Inoltre, i servizi di riparazione e manutenzione costituiscono nel loro insieme una parte molto elevata della spesa complessivamente sostenuta dai consumatori per gli autoveicoli, che rappresenta a sua volta una voce significativa del bilancio del consumatore medio.
- (16) Onde affrontare i particolari aspetti della concorrenza sui mercati dei servizi di assistenza post-vendita, il regolamento di esenzione generale per categoria per gli accordi verticali è integrato da tre disposizioni aggiuntive in materia di restrizioni fondamentali, contemplate dal regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli e applicabili agli accordi per la riparazione e la manutenzione degli autoveicoli e per la fornitura di pezzi di ricambio. Ulteriori indicazioni su tali disposizioni aggiuntive sono fornite nella sezione III dei presenti orientamenti.

III. APPLICAZIONE DELLE DISPOSIZIONI AGGIUNTIVE DEL REGOLAMENTO DI ESENZIONE PER CATEGORIA PER GLI AUTOVEICOLI

- (17) Gli accordi non beneficiano dell'esenzione per categoria se contengono restrizioni fondamentali. Tali restrizioni sono elencate all'articolo 4 del regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali e all'articolo 5 del regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli. L'inclusione in un accordo di una restrizione di questo tipo fa presumere che l'accordo rientri nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato. Ciò porta inoltre a presumere che sia improbabile che l'accordo soddisfi le condizioni dell'articolo 101, paragrafo 3, del trattato, ragion per cui l'esenzione per categoria non si applica. Si tratta tuttavia di una presunzione confutabile che lascia alle imprese la possibilità di eccepire l'esistenza di incrementi di efficienza ai sensi dell'articolo 101, paragrafo 3, del trattato in casi individuali.
- (18) Uno degli obiettivi della Commissione nell'ambito della politica di concorrenza nel settore automobilistico è proteggere l'accesso dei produttori di pezzi di ricambio ai mercati dei servizi di assistenza post-vendita per gli autoveicoli, garantendo quindi che le marche di pezzi di ricambio concorrenti continuino ad essere a disposizione sia dei riparatori indipendenti che di quelli autorizzati, nonché dei grossisti di pezzi di ricambio. La disponibilità di tali pezzi di ricambio comporta considerevoli vantaggi per i consumatori, in particolare perché vi sono spesso notevoli differenze di prezzo tra i pezzi venduti o rivenduti dal costruttore automobilistico e le marche alternative. I succedanei dei pezzi che recano il marchio del costruttore automobilistico (pezzi OEM) includono pezzi originali fabbricati e distribuiti dai fornitori di equipaggiamenti originali (pezzi OES), ed altri, fabbricati da produttori di pezzi di ricambio «di qualità equivalente» a quella dei componenti originali.
- (19) Le «parti o apparecchiature originali» sono parti o apparecchiature costruite conformemente alle specifiche e alle norme di produzione fornite dal costruttore del veicolo per la produzione di parti o apparecchiature per l'assemblaggio del veicolo in questione. Esse includono le parti o le apparecchiature costruite nella stessa linea di produzione di tali parti o apparecchiature. Salvo prova contraria, si presume che le parti costituiscano parti originali se il costruttore delle stesse certifica che esse hanno qualità equivalenti ai componenti utilizzati per l'assemblaggio del veicolo in questione e sono state costruite conformemente alle specifiche e alle norme di produzione del veicolo [cfr. l'articolo 3, paragrafo 26, della direttiva 2007/46/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 5 settembre 2007, che istituisce un quadro per l'omologazione dei veicoli a motore e dei loro rimorchi, nonché dei sistemi, componenti ed entità tecniche destinati a tali veicoli (direttiva quadro) ⁽²⁾].

⁽¹⁾ Opuscolo esplicativo del regolamento (CE) n. 1400/2002 della Commissione del 31 luglio 2002 — *Distribuzione e servizi di assistenza degli autoveicoli nell'Unione europea*.

⁽²⁾ GU L 263 del 9.10.2007, pag. 1.

(20) Per essere considerati «di qualità equivalente», i pezzi devono essere di qualità sufficientemente elevata, in modo che il loro uso non comprometta la reputazione della rete autorizzata in questione. Come avviene con ogni altro criterio di selezione, il produttore di autoveicoli può dimostrare che un dato pezzo di ricambio non soddisfa tale condizione.

(21) L'articolo 4, lettera e), del regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali rinviene una restrizione fondamentale nel fatto che un accordo — concluso tra un fornitore di componenti ed un acquirente che incorpora tali componenti — preveda un divieto o una limitazione della facoltà del fornitore di vendere tali componenti a utenti finali, a riparatori indipendenti o ad altri prestatori di servizi non incaricati dall'acquirente della riparazione o della manutenzione dei propri prodotti. L'articolo 5, lettere a), b) e c), del regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli prevede tre ulteriori restrizioni fondamentali relative ad accordi di fornitura di pezzi di ricambio.

(22) L'articolo 5, lettera a), del regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli riguarda la restrizione delle vendite di pezzi di ricambio per autoveicoli ai riparatori indipendenti da parte dei membri di un sistema di distribuzione selettiva. Tale disposizione è particolarmente rilevante per una categoria particolare di pezzi di ricambio, a volte definiti pezzi di ricambio ad acquisto obbligatorio, che possono essere ottenuti soltanto dal costruttore dell'autoveicolo o dai membri delle sue reti autorizzate. Se un fornitore ed un distributore convengono che tali parti non possono essere fornite ai riparatori indipendenti, è probabile che l'accordo precluda a tali riparatori il mercato dei servizi di riparazione e manutenzione in violazione delle disposizioni dell'articolo 101 del trattato.

(23) L'articolo 5, lettera b), del regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli riguarda qualsiasi restrizione, indiretta o indiretta, concordata tra un fornitore di pezzi di ricambio, di attrezzature di riparazione o diagnostica o altre apparecchiature ed un produttore di autoveicoli, che limiti la facoltà del fornitore di vendere tali beni o servizi a distributori o riparatori autorizzati e/o indipendenti. I cosiddetti accordi sulle apparecchiature («tooling») tra i fornitori di componenti ed i costruttori automobilistici sono un esempio di restrizione indiretta di questo tipo. A tale riguardo si rimanda alla comunicazione della Commissione, del 18 dicembre 1978, relativa alla valutazione dei contratti di subfornitura alla luce dell'articolo 85, paragrafo 1, del trattato che istituisce la Comunità economica europea⁽¹⁾ (la comunicazione sulla subfornitura). Di norma, l'articolo 101, paragrafo 1, del trattato non si applica ad un accordo che preveda che un produttore di autoveicoli fornisca un'apparecchiatura ad un produttore di componenti che è necessaria per la fabbricazione di determinate componenti, sostenga una parte dei costi di realizzazione

del prodotto o apporti necessari⁽²⁾ diritti di proprietà intellettuale, o know-how, e non consenta poi che tale contributo sia usato per la produzione di pezzi destinati ad essere venduti direttamente sul mercato dei servizi di assistenza post-vendita. D'altro canto, se un produttore di autoveicoli obbliga un fornitore di componenti a trasferire i propri diritti di proprietà su una tale apparecchiatura, i diritti di proprietà intellettuale, o know-how, se sostiene soltanto una parte trascurabile dei costi di realizzazione del prodotto, o se non apporta alcuno strumento necessario, alcun diritto di proprietà intellettuale o know-how, l'accordo in questione non sarà considerato un accordo di subfornitura vero e proprio. Può quindi rientrare nel campo d'applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato ed essere esaminato ai sensi delle disposizioni dei regolamenti di esenzione per categoria.

(24) L'articolo 5, lettera c), del regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli riguarda la restrizione, concordata tra un costruttore di autoveicoli che utilizza componenti per l'assemblaggio iniziale di autoveicoli e il fornitore di detti componenti, che limiti la facoltà del fornitore di apporre in maniera efficace e chiaramente visibile il proprio marchio o logo sui componenti forniti o sui pezzi di ricambio. Per offrire ai consumatori una scelta più ampia, i riparatori ed i consumatori dovrebbero poter individuare quali pezzi di ricambio provenienti da fornitori alternativi, diversi da quelli che hanno il marchio del costruttore automobilistico, sono adeguati per un dato autoveicolo. L'apposizione del marchio o del logo sui componenti o sui pezzi di ricambio rende più agevole l'identificazione di pezzi di ricambio compatibili che possono essere ottenuti dai fornitori di OES. Non permettendo ciò, i produttori di autoveicoli possono causare una restrizione nella commercializzazione dei pezzi OES e limitare la scelta dei consumatori, in modo non conforme alle disposizioni dell'articolo 101 del trattato.

IV. VALUTAZIONE DI RESTRIZIONI SPECIFICHE

(25) Per valutare la compatibilità di restrizioni specifiche con l'articolo 101 del trattato, è opportuno che le parti di accordi verticali nel settore automobilistico facciano riferimento ai presenti orientamenti in combinato disposto con gli orientamenti verticali generali e ad integrazione degli stessi. La presente sezione fornisce indicazioni specifiche in merito al monomarchismo e alla distribuzione selettiva, due ambiti che possono rivestire particolare importanza ai fini della valutazione della categoria di accordi illustrata alla sezione II dei presenti orientamenti.

1. Obblighi di monomarchismo

i) *Valutazione degli obblighi di monomarchismo a norma dei regolamenti di esenzione per categoria*

(26) Ai sensi dell'articolo 3 del regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli, in combinato disposto

⁽²⁾ Quando un produttore di autoveicoli fornisce un'apparecchiatura, diritti di proprietà intellettuale o know-how a un fornitore di componenti, tale accordo non sarà interessato dalla comunicazione relativa alla subfornitura se il fornitore di componenti ha già a propria disposizione tale apparecchiatura, i diritti di proprietà intellettuale o il know-how o potrebbe ottenerli a condizioni ragionevoli, poiché in tali circostanze il contributo del produttore non sarebbe necessario.

⁽¹⁾ GU C 1 del 3.1.1979, pag. 2.

con l'articolo 5, paragrafo 1, lettera a), del regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali, un fornitore di autoveicoli e un distributore con una quota sul mercato rilevante non superiore al 30 % possono accordarsi su un obbligo di monomarchismo in forza del quale il distributore acquista gli autoveicoli esclusivamente dal fornitore o da altre imprese da questi indicate, a condizione che la durata di tali obblighi di non concorrenza sia uguale o inferiore a cinque anni. Gli stessi principi si applicano agli accordi conclusi tra i fornitori e i loro riparatori e/o distributori di pezzi di ricambio autorizzati. Il rinnovo oltre i cinque anni richiede il consenso esplicito di entrambe le parti e non dovrebbero esistere ostacoli che impediscano al distributore di porre effettivamente termine all'obbligo di non concorrenza allo scadere dei cinque anni. Gli obblighi di non concorrenza di durata indeterminata o superiore a cinque anni non rientrano nel campo di applicazione dei regolamenti di esenzione per categoria, benché in tali circostanze i regolamenti di esenzione per categoria continuerebbero ad applicarsi alla parte restante dell'accordo verticale. Lo stesso vale per gli obblighi di non concorrenza tacitamente rinnovabili oltre i cinque anni. Ostacoli, minacce di rescissione, o intimidazioni nel senso di un'eventuale reimposizione del monomarchismo prima che sia trascorso un periodo di tempo sufficiente per permettere al distributore o al nuovo fornitore di ammortizzare gli investimenti irrecuperabili equivarrebbero a un tacito rinnovo dell'obbligo di monomarchismo in questione.

- (27) Ai sensi dell'articolo 5, paragrafo 1, lettera c), del regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali, l'esenzione non si applica a un obbligo diretto o indiretto che imponga ai membri di un sistema di distribuzione selettiva di non vendere marche di particolari fornitori concorrenti. È opportuno accordare particolare attenzione al modo in cui gli obblighi di monomarchismo sono applicati a distributori multimarca esistenti, per garantire che gli obblighi in questione non facciano parte di una strategia generale volta a eliminare la concorrenza di uno o più specifici fornitori, ed in particolare dei nuovi operatori o dei concorrenti più deboli. Questo tipo di problemi potrebbe sorgere in particolare se vengono superate le soglie della quota di mercato di cui al punto 34 dei presenti orientamenti e se il fornitore che applica questo genere di restrizione ha una posizione sul mercato rilevante che gli permette di contribuire in modo significativo all'effetto generale di preclusione⁽¹⁾.
- (28) Gli obblighi di non concorrenza previsti da accordi verticali non costituiscono una restrizione fondamentale, ma, a seconda delle circostanze del mercato, possono avere tuttavia effetti negativi che possono far rientrare gli accordi nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato⁽²⁾. Un tale effetto nocivo può sorgere se vengono create barriere all'ingresso o all'espansione che

precludono il mercato a fornitori concorrenti e che danneggiano i consumatori inducendo, in particolare, un aumento dei prezzi e agendo a discapito della scelta, della qualità o del livello d'innovazione dei prodotti stessi.

- (29) Gli obblighi di non concorrenza possono tuttavia avere anche effetti positivi che possono giustificare l'applicazione dell'articolo 101, paragrafo 3, del trattato. Essi possono in particolare contribuire a risolvere un problema di «parasitismo», con cui un fornitore può beneficiare degli investimenti fatti da un altro. Un fornitore può ad esempio investire nei locali di un distributore e facendo ciò, tuttavia, può attrarre la clientela verso una marca concorrente venduta negli stessi locali. Lo stesso dicasi per altri tipi di investimenti realizzati dal fornitore e di cui il distributore può avvantaggiarsi per vendere autoveicoli di produttori concorrenti, quali ad esempio agli investimenti in formazione.
- (30) Un altro effetto positivo degli obblighi di non concorrenza nel settore automobilistico consiste nel miglioramento dell'immagine di marca e della reputazione della rete di distribuzione. Imponendo ai distributori un certo grado di uniformità e di standardizzazione della qualità, tali restrizioni possono contribuire a creare e a mantenere un'immagine di marca che renda particolarmente allettanti agli occhi del consumatore finale gli autoveicoli di quella marca e ne aumenti le vendite.
- (31) Ai sensi dell'articolo 1, lettera d), del regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali, per «obbligo di non concorrenza» si intende:
- «a) qualsiasi obbligo, diretto o indiretto, che impone all'acquirente di non produrre, acquistare, vendere o rivendere beni o servizi in concorrenza con i beni o servizi oggetto del contratto; o
- b) qualsiasi obbligo, diretto o indiretto, che impone all'acquirente di acquistare dal fornitore o da un'altra impresa da questo indicata più dell'80 % degli acquisti annui complessivi dei beni o servizi contrattuali e dei loro succedanei effettuati dall'acquirente stesso sul mercato rilevante.»
- (32) Oltre ai mezzi diretti per vincolare il distributore alla o alle proprie marche, un fornitore può far ricorso a mezzi indiretti che sortiscono il medesimo effetto. Nel settore automobilistico, tali mezzi indiretti possono comprendere le norme qualitative specificamente intese a scoraggiare i distributori dalla vendita di prodotti di marche concorrenti⁽³⁾, i bonus condizionati all'accettazione da parte del distributore di vendere esclusivamente una data marca, gli sconti previsti per il raggiungimento di determinati obiettivi o altre condizioni quale l'obbligo di costituire un soggetto giuridico distinto per la marca concorrente

⁽¹⁾ Comunicazione della Commissione relativa agli accordi di importanza minore che non determinano restrizioni sensibili della concorrenza ai sensi dell'articolo 81, paragrafo 1, del trattato che istituisce la Comunità europea (de minimis), GU C 368 del 22.12.2001, pag. 13.

⁽²⁾ Per quanto riguarda i fattori rilevanti da prendere in considerazione per valutare gli obblighi di non concorrenza ai sensi dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato, si veda la relativa sezione delle linee direttrici verticali generali, in particolare i punti da 129 a 150.

⁽³⁾ Cfr. i casi BMW IP/06/302 — 13.3.2006 e Opel 2006, IP/06/303 — 13.3.2006.

o l'obbligo di esporre la nuova marca concorrente in uno spazio espositivo distinto e ubicato in un luogo in cui il rispetto di tali condizioni non sarebbe economicamente redditizio (si pensi ad esempio alle zone scarsamente popolate).

(33) L'esenzione per categoria prevista nel regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali si applica a tutte le forme di obbligo di non concorrenza diretto o indiretto a condizione che la quota di mercato del fornitore e del suo distributore non sia superiore al 30 % e che la durata dell'obbligo di non concorrenza non superi i cinque anni. Tuttavia, anche nei casi in cui i singoli accordi rispettano queste condizioni, il ricorso ad obblighi di non concorrenza può indurre effetti anticoncorrenziali non compensati dagli effetti positivi. Nel settore automobilistico, tali effetti anticoncorrenziali netti potrebbero in particolare risultare da effetti cumulativi che conducono alla preclusione dal mercato di marche concorrenti.

(34) Per quanto riguarda la distribuzione di autoveicoli al dettaglio, è improbabile che una preclusione di questo tipo si verifichi su mercati dove tutti i fornitori detengono quote di mercato inferiori al 30 % e dove la percentuale complessiva di tutte le vendite di autoveicoli soggette ad obblighi di monomarchismo sul mercato in questione (cioè la quota di mercato vincolata totale) non supera il 40 %⁽¹⁾. In una situazione in cui un fornitore non dominante detiene una quota del mercato rilevante superiore al 30 % e tutti gli altri fornitori detengono quote inferiori al 30 %, è improbabile che si verifichino effetti anticoncorrenziali cumulativi fintantoché la quota di mercato vincolata totale non supera il 30 %.

(35) Se l'accesso al mercato rilevante per la vendita di autoveicoli nuovi e la relativa concorrenza sono limitati significativamente a causa dell'effetto cumulativo di reti parallele di accordi verticali simili che comportano obblighi di monomarchismo, la Commissione può revocare il beneficio dell'esenzione per categoria, ai sensi dell'articolo 29 del regolamento (CE) n. 1/2003 del Consiglio, del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli articoli 81 e 82 del trattato⁽²⁾. Una decisione di revoca può essere indirizzata in particolare a quei fornitori che contribuiscono in misura significativa all'effetto cumulativo di preclusione sul mercato rilevante. Quando tale effetto si verifica su un mercato nazionale, le autorità nazionali preposte alla concorrenza dello Stato membro interessato possono anche revocare il beneficio dell'esenzione per categoria relativamente a tale territorio.

(36) Inoltre, se esistono reti parallele di accordi che comportano restrizioni verticali che coprono più del 50 % di un dato mercato, la Commissione può adottare un regolamento che dichiara l'esenzione per categoria inapplicabile al mercato in questione relativamente a tali restrizioni. In particolare, una tale situazione può verificarsi se gli effetti

cumulativi derivanti dal ricorso diffuso agli obblighi di monomarchismo vanno a scapito dei consumatori su tale mercato.

(37) Per quanto riguarda la valutazione degli obblighi minimi di acquisto calcolati sulla base del fabbisogno annuo complessivo del distributore, la revoca dell'esenzione per categoria può essere giustificata in caso di effetti anticoncorrenziali cumulativi anche se il fornitore impone un obbligo minimo di acquisto inferiore all'80 % stabilito all'articolo 1, lettera d), del regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali. Le parti devono valutare se, in base alle circostanze fattuali rilevanti, ove sussista per il distributore l'obbligo di garantire che una data percentuale dei suoi acquisti complessivi di autoveicoli rechi il marchio del fornitore, tale obbligo impedisca al distributore di avere anche una o più marche concorrenti. Da tale punto di vista, anche un quantitativo minimo di acquisti fissato al di sotto dell'80 % degli acquisti annui complessivi equivarrà a un obbligo di monomarchismo se obbliga un distributore, intenzionato a trattare una nuova marca di sua scelta di un produttore concorrente, ad acquistare una quantità tale di veicoli della marca che solitamente vende da rendere la sua attività economicamente non sostenibile⁽³⁾. Un tale obbligo minimo di acquisto equivarrà inoltre a un obbligo di monomarchismo se costringe un fornitore concorrente a distribuire il volume delle vendite previsto su un dato territorio tra diversi distributori, determinando una duplicazione degli investimenti e una presenza di vendita frammentaria.

ii) *Valutazione degli obblighi di monomarchismo che non rientrano nel campo di applicazione dei regolamenti di esenzione per categoria*

(38) È possibile inoltre che le parti debbano valutare la compatibilità con le norme di concorrenza degli obblighi di monomarchismo contenuti in accordi che non possono beneficiare dell'esenzione per categoria, o perché la quota di mercato delle parti supera il 30 %, o perché la durata dell'accordo è superiore ai 5 anni previsti. Tali accordi saranno pertanto soggetti a un esame individuale per accertare se rientrano nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato, e, in caso affermativo, se è possibile dimostrare la presenza di miglioramenti dell'efficienza che possano compensare eventuali effetti anticoncorrenziali. In tal caso, può essere consentito il ricorso all'eccezione prevista all'articolo 101, paragrafo 3, del trattato. Per la valutazione dei casi individuali si applicano i principi generali stabiliti nella sezione VI.2.1 degli orientamenti verticali generali.

⁽¹⁾ Cfr. gli orientamenti verticali generali, punto 141.

⁽²⁾ GU L 1 del 4.1.2003, pag. 1.

⁽³⁾ Ad esempio, se un concessionario acquista 100 automobili della marca A in un anno per far fronte alla domanda e desidera acquistare 100 automobili della marca B, un obbligo di acquisto minimo dell'80 % per la marca A significherebbe che, l'anno successivo, il concessionario dovrebbe comprare 160 macchine della marca A. Dato che è probabile che i tassi di penetrazione siano relativamente stabili, il concessionario corre il rischio di restare con un grosso stock di automobili di marca A invendute e, per evitare una situazione di questo genere, sarebbe costretto a ridurre drasticamente i suoi acquisti della marca B. A seconda delle specifiche circostanze del caso, una tale prassi può essere vista come un obbligo di monomarchismo.

(39) In particolare, gli accordi conclusi fra un produttore di autoveicoli o il suo importatore, da un lato, e distributori di pezzi di ricambio e/o riparatori autorizzati, dall'altro, non rientrano nei regolamenti di esenzione per categoria quando le quote di mercato detenute dalle parti superano la soglia del 30 %, cosa che è probabile succeda per la maggior parte degli accordi di questo tipo. Gli obblighi di monomarchismo che dovranno essere valutati in tali circostanze includono tutti i tipi di restrizioni che, direttamente o indirettamente, limitano la facoltà di distributori o riparatori autorizzati di ottenere da terzi pezzi di ricambio originali o di qualità equivalente. Tuttavia, costringere un riparatore autorizzato a usare pezzi di ricambio originali forniti dal produttore di autoveicoli per le riparazioni coperte da garanzia, nel servizio assistenza gratuito e nei lavori di revisione di autoveicoli difettosi non verrebbe considerato un obbligo di monomarchismo, ma piuttosto un'esigenza oggettivamente giustificata.

(40) Occorre inoltre valutare individualmente anche gli obblighi di monomarchismo contenuti in accordi per la distribuzione di autoveicoli nuovi, qualora la loro durata superi i cinque anni o/e qualora la quota di mercato del fornitore sia superiore al 30 %, cosa che può succedere per certi fornitori in alcuni Stati membri. In tali circostanze, le parti dovrebbero considerare non solo la quota di mercato del fornitore e dell'acquirente, ma anche la quota di mercato vincolata totale, tenendo conto delle soglie indicate sopra, al punto 34. Al di sopra di tali soglie i casi individuali saranno valutati conformemente ai principi generali stabiliti nella sezione VI.2.1 degli orientamenti verticali generali.

(41) Al di fuori del campo di applicazione dei regolamenti di esenzione per categoria, la valutazione degli obblighi minimi di acquisto calcolati sulla base del fabbisogno annuo complessivo del distributore terrà conto di tutte le circostanze fattuali rilevanti. In particolare, un obbligo minimo di acquisto fissato al di sotto dell'80 % degli acquisti annui complessivi equivarrà a un obbligo di monomarchismo se ha l'effetto di impedire ai distributori di trattare una o più marche supplementari concorrenti.

2. Distribuzione selettiva

(42) La distribuzione selettiva è attualmente la forma di distribuzione più comunemente in uso nel settore automobilistico, sia per quanto riguarda la distribuzione di autoveicoli che i servizi di riparazione e manutenzione e per la distribuzione di pezzi di ricambio.

(43) In caso di distribuzione selettiva puramente qualitativa, i distributori ed i riparatori sono selezionati unicamente sulla base di criteri oggettivi connessi alla natura dei prodotti o dei servizi, quali le capacità tecniche del personale addetto alle vendite, la configurazione dei locali di vendita, le tecniche di vendita ed il tipo di servizi di vendita che il

distributore deve fornire⁽¹⁾. Il ricorso a tali criteri non impone un limite diretto al numero dei distributori o riparatori ammessi a far parte della rete del fornitore. In genere, si ritiene che la distribuzione selettiva basata su criteri puramente qualitativi non rientri nell'ambito dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato, in quanto non provoca effetti anticoncorrenziali, purché vengano soddisfatte tre condizioni. In primo luogo, il ricorso ad un sistema di distribuzione selettiva deve essere dettato dalla natura stessa del prodotto, nel senso che, tenuto conto delle caratteristiche del prodotto, il ricorso al sistema di distribuzione selettiva è un requisito legittimo inteso a preservarne la qualità e a garantirne il corretto impiego. In secondo luogo, la scelta dei distributori o riparatori deve avvenire secondo criteri oggettivi d'indole qualitativa stabiliti indistintamente per tutti i rivenditori potenziali e applicati in modo non discriminatorio. In terzo luogo, i criteri stabiliti non devono andare oltre il necessario.

(44) Mentre la distribuzione selettiva basata su criteri qualitativi comporta la selezione di distributori o riparatori soltanto sulla base di criteri oggettivi collegati alla natura del prodotto o del servizio, un sistema di distribuzione selettiva basato su criteri quantitativi aggiunge ulteriori criteri di scelta che limitano più direttamente il numero di distributori o riparatori potenziali fissandone direttamente il numero oppure, ad esempio, richiedendo un livello minimo di vendite. Le reti basate sui criteri quantitativi sono generalmente considerate più restrittive rispetto a quelle che si basano soltanto su criteri qualitativi e, di conseguenza, è più probabile che rientrino nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato.

(45) Nel caso di accordi di distribuzione selettiva che rientrano nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato, le parti devono valutare se essi possono beneficiare dei regolamenti di esenzione per categoria o, a livello individuale, dell'eccezione prevista all'articolo 101, paragrafo 3, del trattato.

i) *Valutazione della distribuzione selettiva ai sensi dei regolamenti di esenzione per categoria*

(46) I regolamenti di esenzione per categoria esentano gli accordi di distribuzione selettiva, indipendentemente dal fatto che vengano utilizzati criteri di selezione quantitativi o puramente qualitativi, a condizione che le quote di

⁽¹⁾ Va ricordato tuttavia che, secondo la giurisprudenza UE consolidata, i sistemi di distribuzione selettiva puramente qualitativa possono comunque limitare la concorrenza qualora l'esistenza di un determinato numero di tali sistemi non lasci alcuno spazio per altre forme di distribuzione basate su modalità concorrenziali diverse. Questa situazione non si verificherà in genere sui mercati della vendita di autoveicoli nuovi, nei quali il leasing e altri accordi simili rappresentano una valida alternativa all'acquisto vero e proprio, né sui mercati dei servizi di riparazione e manutenzione fintantoché i riparatori indipendenti forniscono ai consumatori un canale alternativo per la manutenzione dei loro autoveicoli. Cfr. ad esempio la sentenza nella causa T-88/92, *Groupement d'achat Edouard Leclerc/Commissione*, Racc. 1996, pag. II-1961.

mercato delle parti non superino il 30 %. Per poter beneficiare di tale esenzione, gli accordi non devono tuttavia contenere nessuna delle restrizioni fondamentali di cui all'articolo 4 del regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali e all'articolo 5 del regolamento di esenzione per categoria per gli autoveicoli, né nessuna delle restrizioni escluse previste all'articolo 5 del primo regolamento.

(47) Tre delle restrizioni fondamentali previste dal regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali riguardano specificamente la distribuzione selettiva. Ai sensi dell'articolo 4, lettera b), è considerata fondamentale la restrizione relativa al territorio in cui, o ai clienti ai quali, l'acquirente che è parte contraente dell'accordo può vendere i beni o i servizi oggetto del contratto, ad eccezione della restrizione delle vendite da parte dei membri di un sistema di distribuzione selettiva a distributori non autorizzati sui mercati nei quali viene gestito un sistema di questo tipo. Ai sensi dell'articolo 4, lettera c), sono considerati fondamentali gli accordi che hanno per oggetto la restrizione delle vendite attive o passive agli utenti finali da parte dei membri di un sistema di distribuzione selettiva operanti nel commercio al dettaglio, fatta salva la possibilità di proibire ad un membro di tale sistema di svolgere la propria attività in un luogo di stabilimento non autorizzato; l'articolo 4, lettera d), riguarda invece la restrizione delle forniture incrociate tra distributori all'interno di un sistema di distribuzione selettiva, ivi inclusi i distributori operanti a differenti livelli commerciali. Le tre restrizioni fondamentali menzionate hanno un'importanza particolare per il settore della distribuzione degli autoveicoli.

(48) In virtù del mercato interno, i consumatori possono acquistare autoveicoli in altri Stati membri traendo vantaggio dai differenziali di prezzo tra di essi; la Commissione considera la tutela del commercio parallelo in questo settore come un importante obiettivo di concorrenza. La possibilità per un consumatore di acquistare beni in altri Stati membri è particolarmente importante nel caso degli autoveicoli, visto l'elevato valore del bene ed i vantaggi diretti in termini di prezzi più bassi di cui beneficiano i consumatori che acquistano autoveicoli in Stati membri dell'UE diversi dal proprio. La Commissione vigila pertanto affinché gli accordi di distribuzione non limitino il commercio parallelo, circostanza che non soddisferebbe le condizioni dell'articolo 101, paragrafo 3, del trattato ⁽¹⁾.

(49) La Commissione ha avviato diversi procedimenti nei confronti di costruttori automobilistici per intralcio al commercio parallelo e le sue decisioni sono state in gran parte

⁽¹⁾ Il fatto che le restrizioni commerciali transfrontaliere possano andare a scapito dei consumatori è stato confermato dalla Corte nella causa C-551/03 P, *General Motors*, Racc. 2006, I-3173, punti 67 e 68, nella causa C-338/00 P, *Volkswagen/Commissione*, Racc. 2003, pag. I-9189, punti 44 e 49, e nella causa T-450/05, *Peugeot/Commissione*, sentenza del 9 luglio 2009, non ancora pubblicata, punti 46-49.

confermate dalla giurisprudenza UE ⁽²⁾. L'esperienza indica che le restrizioni al commercio parallelo possono assumere varie forme. Un fornitore può, ad esempio, fare pressione sui distributori, minacciarli di rescindere il contratto, non pagare i bonus, rifiutarsi di onorare le garanzie sugli autoveicoli importati da un consumatore o oggetto di forniture incrociate tra distributori stabiliti in Stati membri diversi, oppure fare in modo che un distributore abbia tempi di attesa significativamente più lunghi per la consegna di un autoveicolo identico quando il consumatore in questione è residente in un altro Stato membro.

(50) Un esempio particolare di restrizione indiretta al commercio parallelo si verifica quando un distributore non riesce ad ottenere autoveicoli nuovi con le specifiche adeguate necessarie per una vendita transfrontaliera. In tali circostanze specifiche, il beneficio dell'esenzione per categoria può dipendere dal fatto che il fornitore fornisca ai propri distributori autoveicoli con caratteristiche identiche a quelle degli autoveicoli venduti in altri Stati membri affinché vengano venduti a consumatori provenienti da tali paesi (la cosiddetta «clausola di disponibilità») ⁽³⁾.

(51) Ai fini dell'applicazione dei regolamenti di esenzione per categoria, ed in particolare per quanto riguarda l'applicazione dell'articolo 4, lettera c), del regolamento generale di esenzione per categoria per gli accordi verticali, il concetto di «utilizzatori finali» comprende le imprese di leasing. Ciò significa, in particolare, che non è possibile impedire ai distributori appartenenti a sistemi di distribuzione selettiva di vendere autoveicoli nuovi ad imprese di leasing di loro scelta. Un fornitore che si avvale di un sistema di distribuzione selettiva può tuttavia impedire ai suoi distributori di vendere autoveicoli nuovi alle imprese di leasing se vi è un rischio accertabile che dette imprese li rivendano quando sono ancora nuovi. Un fornitore può quindi chiedere che un concessionario, prima della vendita a una data impresa, verifichi le condizioni generali di leasing applicate, in modo tale da accertare che l'impresa in questione sia effettivamente un'impresa di leasing e non un rivenditore non autorizzato. Tuttavia, obbligare un concessionario a dare al fornitore le copie di ogni accordo di leasing prima di vendere un veicolo a un'impresa di leasing potrebbe equivalere a una restrizione indiretta delle vendite.

(52) Il concetto di «utilizzatori finali» copre anche i consumatori che acquistano attraverso un intermediario. Un intermediario è una persona o un'impresa che acquista un nuovo autoveicolo per conto di un determinato

⁽²⁾ Decisione 98/273/CE della Commissione del 28 gennaio 1998 nel caso IV/35.733 — *VW*; decisione 2001/146/CE della Commissione del 20 settembre 2000 nel caso COMP/36.653 — *Opel*, GU L 59 del 28.2.2001, pag. 1; decisione 2002/758/CE della Commissione del 10 ottobre 2001 nel caso COMP/36.264 — *Mercedes-Benz*, GU L 257 del 25.9.2002, pag. 1; decisione 2006/431/CE della Commissione del 5 ottobre 2005 nei casi F-2/36.623/36.820/37.275 — *SEP e altri/Peugeot SA*.

⁽³⁾ Cause riunite 25 e 26/84, *Ford-Werke AG e Ford of Europe Inc./Commissione delle Comunità europee*, Racc. 1985, pag. 2725.

consumatore, ma che non appartiene alla rete di distribuzione. Tali operatori svolgono un ruolo importante nel settore automobilistico, in particolare agevolando gli acquisti di autoveicoli da parte dei consumatori in altri Stati membri. Di norma va comprovato lo status di intermediario mediante un mandato valido in cui vengano precisati nominativo ed indirizzo del consumatore, ottenuto prima della transazione. L'uso di Internet come modo per richiamare clienti per una data gamma di veicoli e per raccogliere da parte loro mandati elettronici non incide sullo status di intermediario. Occorre distinguere gli intermediari dai rivenditori indipendenti, che acquistano un veicolo al fine di rivenderlo e non agiscono per conto di un particolare consumatore. I rivenditori indipendenti non vanno considerati utilizzatori finali ai fini dei regolamenti di esenzioni per categoria.

ii) Valutazione della distribuzione selettiva al di fuori del campo di applicazione dei regolamenti di esenzione per categoria

- (53) Come sottolineato al punto 175 degli orientamenti verticali generali, i possibili effetti della distribuzione selettiva sulla concorrenza consistono in una riduzione della concorrenza all'interno di un marchio e, in particolare in presenza di un effetto cumulativo, nell'esclusione di determinati tipi di distributori ed in una agevolazione della collusione tra fornitori o acquirenti.
- (54) Ai fini della valutazione di eventuali effetti anticoncorrenziali della distribuzione selettiva ai sensi dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato, è necessario fare una distinzione tra accordi di distribuzione selettiva basata su criteri puramente qualitativi e accordi di distribuzione selettiva basata su criteri quantitativi. Come precisato sopra al punto 43, la distribuzione selettiva qualitativa non rientra di norma nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato.
- (55) Il fatto che una rete di accordi non benefici dell'esenzione per categoria perché la quota di mercato detenuta da una o più parti supera la soglia del 30 % non implica che tali accordi siano illegali. Le parti dovranno piuttosto esaminare tali accordi a livello individuale per verificare se rientrano nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato e, in caso affermativo, se possano comunque beneficiare dell'eccezione prevista all'articolo 101, paragrafo 3, del trattato.
- (56) Per quanto riguarda le peculiarità della distribuzione di autoveicoli nuovi, la distribuzione selettiva quantitativa soddisfa in genere le condizioni dell'articolo 101, paragrafo 3, del trattato, se le quote di mercato delle parti non superano il 40 %. Le parti dovrebbero tuttavia ricordare che il ricorso a particolari criteri di selezione potrebbe incidere sulla compatibilità dei loro accordi con l'articolo 101, paragrafo 3, del trattato. Ad esempio, anche se la presenza di clausole di ubicazione, cioè di accordi che contengono il divieto per un membro di un sistema di distribuzione selettiva di operare da un luogo di stabilimento non autorizzato, negli accordi di distribuzione selettiva di autoveicoli nuovi apporta solitamente incrementi di efficienza sotto il profilo logistico e della prevedibilità della copertura di rete, gli svantaggi possono essere superiori ai vantaggi se la quota di mercato del fornitore è molto elevata; in tali circostanze è possibile che clausole di questo tipo non possano beneficiare dell'eccezione di cui all'articolo 101, paragrafo 3, del trattato.
- (57) Anche la valutazione individuale di sistemi di distribuzione selettiva relativi ai riparatori autorizzati solleva questioni specifiche. In presenza di un mercato ⁽¹⁾ per i servizi di riparazione e manutenzione distinto da quello per la vendita di autoveicoli nuovi, si ritiene che esso sia specifico per ciascuna marca. Su tale mercato, la principale fonte di concorrenza risulta dall'interazione fra riparatori indipendenti e riparatori autorizzati della marca interessata.
- (58) I riparatori indipendenti, in particolare, esercitano una pressione concorrenziale vitale, in quanto il loro modello commerciale ed i relativi costi di gestione sono diversi da quelli dei riparatori appartenenti alle reti autorizzate. Inoltre, diversamente dai riparatori autorizzati, che utilizzano in larga misura pezzi di ricambio della marca del produttore, le officine indipendenti di solito ricorrono maggiormente ad altre marche, consentendo così al proprietario di un veicolo di scegliere fra pezzi di ricambio concorrenti. Poiché, oltre a ciò, una larga maggioranza delle riparazioni di autoveicoli più nuovi sono attualmente effettuate in officine autorizzate, è importante che la concorrenza fra i riparatori autorizzati resti effettiva, cosa possibile solo se l'accesso alle reti rimane aperto ai nuovi operatori.
- (59) Il nuovo quadro giuridico permette alla Commissione e alle autorità nazionali preposte alla concorrenza di proteggere più facilmente la concorrenza fra officine indipendenti e riparatori autorizzati, così come fra i membri di ogni rete di riparatori autorizzati. In particolare, la riduzione dal 100 % al 30 % della soglia della quota di mercato per l'esenzione relativa alla distribuzione selettiva basata su criteri qualitativi lascia più ampio margine d'azione alle autorità preposte alla concorrenza.
- (60) Nel valutare l'impatto sulla concorrenza degli accordi verticali sui mercati dei servizi di assistenza post-vendita per gli autoveicoli, le parti devono pertanto essere consapevoli dalla volontà della Commissione di tutelare la concorrenza sia tra i membri delle reti di riparatori autorizzati che tra questi ed i riparatori indipendenti. A tal fine, è opportuno

⁽¹⁾ In alcuni casi, si può definire un mercato dei sistemi che include, insieme, autoveicoli e pezzi di ricambio, tenendo conto, fra l'altro, della vita utile del veicolo così come delle preferenze e delle abitudini di acquisto degli utenti. Cfr. la comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza, GU C 372 del 9.12.1997, pag. 5, punto 56. Un fattore importante da considerare è se una proporzione significativa di acquirenti faccia la propria scelta tenendo conto o meno dei costi da sostenere durante la vita utile del veicolo. Ad esempio, il comportamento d'acquisto di un acquirente di camion che acquista e gestisce un intero parco, e che al momento dell'acquisto del veicolo tiene conto delle spese di manutenzione, può essere considerevolmente diverso dal comportamento di un acquirente di veicoli singoli. Un altro fattore rilevante è l'esistenza e la situazione relativa dei fornitori di pezzi di ricambio, riparatori e/o distributori di pezzi di ricambio che operano sul mercato dei servizi di assistenza post-vendita indipendentemente dai produttori di autoveicoli. Nella maggior parte dei casi è probabile che vi sia un mercato dei servizi di assistenza post-vendita specifico per le singole marche, in particolare perché la maggior parte degli acquirenti sono privati o PMI che acquistano gli autoveicoli ed i servizi di assistenza post-vendita separatamente e non hanno un accesso sistematico a dati che consentano di valutare in anticipo i costi complessivi della proprietà di un autoveicolo.

prestare particolare attenzione a tre comportamenti specifici che possono limitare tale concorrenza: impedire ai riparatori indipendenti l'accesso alle informazioni tecniche; abusare delle garanzie legali e/o estese offerte dai costruttori al fine di escludere i riparatori indipendenti; subordinare l'accesso alle reti di riparatori autorizzati al rispetto di criteri non qualitativi.

- (61) Benché le tre sottosezioni che seguono si riferiscano in modo specifico alla distribuzione selettiva, gli stessi effetti di preclusione anticoncorrenziale potrebbero derivare da altri tipi di accordi verticali che limitano direttamente o indirettamente il numero di partner di servizi contrattualmente legati a un produttore di autoveicoli.

Accesso degli operatori indipendenti ad informazioni tecniche

- (62) Benché in genere si ritenga che la distribuzione selettiva puramente qualitativa non rientri nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato per l'assenza di effetti anticoncorrenziali⁽¹⁾, gli accordi di distribuzione selettiva basata su criteri qualitativi conclusi con riparatori autorizzati e/o distributori di pezzi di ricambio possono viceversa rientrare in tale campo di applicazione se, nel contesto di tali accordi, una delle parti agisce in modo da precludere il mercato agli operatori indipendenti, ad esempio negando loro l'accesso alle informazioni tecniche necessarie per le riparazioni e la manutenzione. In tale contesto, la nozione di operatori indipendenti include i riparatori indipendenti, i fabbricanti e distributori di pezzi di ricambio, i fabbricanti di apparecchiature o strumenti per la riparazione, gli editori di informazioni tecniche, i club automobilistici, le imprese di assistenza su strada, gli operatori che offrono servizi di revisione e test e gli operatori che offrono formazione per i riparatori.

- (63) I fornitori trasmettono ai propri riparatori autorizzati tutte le informazioni tecniche necessarie per riparare e effettuare la manutenzione degli autoveicoli delle loro marche e sono spesso gli unici in grado di fornire ai riparatori tutte le informazioni tecniche necessarie per le marche in questione. In tali circostanze, se il fornitore non consente agli operatori indipendenti un accesso adeguato alle informazioni tecniche necessarie per la manutenzione e le riparazioni specifiche per la marca, gli eventuali effetti negativi derivanti dai suoi accordi con i riparatori e/o i distributori di pezzi di ricambio autorizzati potrebbero essere più ampi e far sì che essi rientrino nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato.

⁽¹⁾ Come indicato sopra, al punto 54, ciò generalmente avviene sui mercati dei servizi di riparazione e manutenzione fintantoché i riparatori indipendenti forniscono ai consumatori un canale alternativo per la manutenzione dei loro autoveicoli.

- (64) Il mancato accesso ad informazioni tecniche necessarie potrebbe inoltre causare un peggioramento della posizione di mercato degli operatori indipendenti, determinando un danno per i consumatori in termini di riduzione significativa della scelta dei pezzi di ricambio, di prezzi più elevati per i servizi di riparazione e di manutenzione, di riduzione della scelta delle officine e di potenziali problemi di sicurezza. In tali circostanze, gli incrementi di efficienza che potrebbero di norma derivare dagli accordi di riparazione e distribuzione di pezzi di ricambio autorizzate non sarebbero tali da controbilanciare questi effetti anticoncorrenziali; gli accordi in questione non rispetterebbero di conseguenza le condizioni previste all'articolo 101, paragrafo 3, del trattato.

- (65) Il regolamento (CE) n. 715/2007 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 20 giugno 2007, relativo all'omologazione dei veicoli a motore riguardo alle emissioni dai veicoli passeggeri e commerciali leggeri (Euro 5 ed Euro 6) e all'ottenimento di informazioni sulla riparazione e la manutenzione del veicolo⁽²⁾, e il regolamento (CE) n. 692/2008 della Commissione, del 18 luglio 2008, recante attuazione e modifica del regolamento (CE) n. 715/2007 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo all'omologazione dei veicoli a motore riguardo alle emissioni dai veicoli passeggeri e commerciali leggeri (Euro 5 ed Euro 6) e all'ottenimento di informazioni per la riparazione e la manutenzione del veicolo⁽³⁾, prevedono un sistema di divulgazione delle informazioni sulla riparazione e la manutenzione relative alle autovetture immesse sul mercato a partire dal 1° settembre 2009. Il regolamento (CE) n. 595/2009 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 18 giugno 2009, relativo all'omologazione dei veicoli a motore e dei motori riguardo alle emissioni dei veicoli pesanti (Euro 6) e all'accesso alle informazioni relative alla riparazione e alla manutenzione del veicolo⁽⁴⁾, e le derivanti misure d'attuazione, prevedono un tale sistema per i veicoli commerciali immessi sul mercato a partire dal 1° gennaio 2013. La Commissione terrà conto di tali regolamenti nel valutare i casi in cui si sospetta che sia stato negato l'accesso ad informazioni tecniche sulla riparazione e la manutenzione di veicoli commercializzati prima di tali date. Per valutare se il negato accesso ad una particolare informazione possa far rientrare i relativi accordi nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato, occorre prendere in considerazione una serie di fattori ed esaminare:

- a) se le informazioni in questione costituiscono informazioni tecniche o di altro tipo, quali quelle commerciali⁽⁵⁾, il cui accesso può essere legittimamente negato;

⁽²⁾ GU L 171 del 29.6.2007, pag. 1.

⁽³⁾ GU L 199 del 28.7.2008, pag. 1.

⁽⁴⁾ GU L 188 del 18.7.2009, pag. 1.

⁽⁵⁾ Possono essere considerate informazioni commerciali le informazioni usate per effettuare attività di riparazione e manutenzione, ma non necessarie per la riparazione o la manutenzione di autoveicoli. Si tratta ad esempio dei software di fatturazione, oppure di informazioni sulle tariffe orarie praticate dalla rete autorizzata.

- b) se il mancato accesso a tali informazioni tecniche influisce notevolmente sulla capacità degli operatori indipendenti di svolgere i loro compiti e di esercitare una pressione concorrenziale sul mercato;
- c) se i membri della relativa rete di riparatori autorizzati hanno accesso alle informazioni tecniche in questione. Qualora le informazioni siano state loro fornite in qualsivoglia forma, allora l'accesso dovrebbe essere garantito anche agli operatori indipendenti su una base non discriminatoria;
- d) se le informazioni in questione saranno in ultimo ⁽¹⁾ utilizzate ai fini della riparazione e della manutenzione di autoveicoli o per altri fini ⁽²⁾, come la fabbricazione di pezzi di ricambio o strumenti.
- (66) Il progresso tecnologico implica che il concetto di informazione tecnica sia flessibile. Al momento tra le informazioni tecniche sono compresi, a titolo di esempio, software specifici, i codici di errore ed altri parametri, ivi compresi gli aggiornamenti, necessari per interventi sulle unità elettroniche di controllo implicanti l'introduzione e/o il ripristino delle impostazioni raccomandate dal fornitore, i numeri di identificazione dei veicoli o qualsiasi altro metodo d'identificazione dei veicoli, i cataloghi dei pezzi di ricambio, i procedimenti di riparazione e manutenzione, le soluzioni derivanti dall'esperienza pratica e relative a problemi che in genere riguardano un dato modello o una data partita, gli avvisi di ritiro dei prodotti nonché altri avvisi che indicano le riparazioni che possono essere effettuate senza spese nella rete dei riparatori autorizzati. Sono informazioni tecniche anche i codici dei pezzi di ricambio e ogni altra informazione necessaria per identificare il pezzo di ricambio corretto, del marchio del costruttore automobilistico, che può essere montato su un determinato veicolo (cioè il pezzo di ricambio che il costruttore automobilistico fornirebbe generalmente ai membri delle sue reti di riparatori autorizzati per riparare il veicolo in questione) ⁽³⁾. L'elenco di informazioni di cui all'articolo 6, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 715/2007 e del regolamento (CE) n. 595/2009 rappresenta inoltre un'indicazione su cosa intenda la Commissione per informazioni tecniche ai fini dell'applicazione dell'articolo 101 del trattato.
- (67) Le modalità con cui sono fornite le informazioni tecniche sono inoltre importanti ai fini della valutazione della compatibilità degli accordi sui riparatori autorizzati con l'articolo 101 del trattato. L'accesso deve essere concesso a richiesta e senza indebiti ritardi, l'informazione deve essere fornita in modo utilizzabile e il prezzo richiesto non deve scoraggiare l'accesso alle informazioni non tenendo conto della misura in cui l'operatore indipendente ne fa uso. È opportuno che un fornitore di autoveicoli sia tenuto a concedere l'accesso alle informazioni tecniche sui nuovi autoveicoli contemporaneamente ai propri riparatori autorizzati e agli operatori indipendenti senza obbligare questi ultimi ad acquistare altre informazioni non necessarie per eseguire il tipo di lavoro in questione. L'articolo 101 del trattato, tuttavia, non obbliga un fornitore a dare informazioni tecniche in formato standardizzato o attraverso un sistema tecnico definito, come la norma CEN/ISO e il formato OASIS, come previsto dal regolamento (CE) n. 715/2007 del Parlamento europeo e del Consiglio e dal regolamento (CE) n. 295/2009 della Commissione, del 18 marzo 2009, relativo alla classificazione di talune merci nella nomenclatura combinata ⁽⁴⁾.
- (68) Dette considerazioni valgono inoltre anche per quanto riguarda l'accesso degli operatori indipendenti alle apparecchiature e alla formazione. In questo contesto per «apparecchiature» si intende anche la diagnostica elettronica ed altri strumenti di riparazione, con il relativo software, compresi aggiornamenti periodici e servizi post-vendita per tali strumenti.
- #### Utilizzo abusivo delle garanzie
- (69) Anche gli accordi di distribuzione selettiva basata su criteri qualitativi possono rientrare nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato, se il fornitore e i membri della sua rete autorizzata riservano, esplicitamente o implicitamente, le riparazioni di determinate categorie di autoveicoli ai membri della rete autorizzata. Ciò può accadere, ad esempio, se la garanzia, legale o estesa, del costruttore nei confronti dell'acquirente è subordinata al fatto che l'utilizzatore finale faccia effettuare il lavoro di riparazione e manutenzione non coperto dalla garanzia solo nell'ambito delle reti di riparatori autorizzati. Lo stesso vale per le condizioni di garanzia che impongono il ricorso a pezzi di ricambio col marchio del costruttore per le sostituzioni non coperte dalla garanzia. Sembra inoltre dubbio che gli accordi di distribuzione selettiva che prevedono tali pratiche possano apportare vantaggi per i consumatori tali da permettere che gli accordi in questione beneficino dell'eccezione prevista all'articolo 101, paragrafo 3, del trattato. Tuttavia, qualora un fornitore rifiuti legittimamente di fornire una prestazione coperta da garanzia sostenendo che la situazione contestata sia stata causata da una scorretta riparazione o manutenzione effettuata da un riparatore o dall'uso di pezzi di ricambio di qualità scadente, ciò non inciderà sulla compatibilità con le norme di concorrenza dei suoi accordi relativi a servizi di riparazione.
- ⁽¹⁾ Ad esempio informazioni fornite ad editori affinché questi li ritrasmettano ai riparatori di autoveicoli.
- ⁽²⁾ Rientrano nella categoria delle informazioni utilizzate ai fini della riparazione e della manutenzione di autoveicoli le informazioni necessarie per l'installazione di un pezzo di ricambio o per la manipolazione di un arnese nella riparazione/manutenzione dell'autoveicolo, mentre le informazioni sulla progettazione, sul processo di produzione o sui materiali impiegati per la fabbricazione di un pezzo di ricambio non rientrano in detta categoria, ed è pertanto possibile negarvi l'accesso.
- ⁽³⁾ L'operatore indipendente non dovrebbe essere obbligato a comprare il pezzo di ricambio in questione per poter ottenere questa informazione.
- ⁽⁴⁾ GU L 95 del 9.4.2009, pag. 7.

Accesso a reti di riparatori autorizzati

- (70) La concorrenza tra riparatori autorizzati e riparatori indipendenti non è la sola forma di concorrenza che va presa in considerazione nell'analizzare la compatibilità con l'articolo 101 del trattato di accordi relativi a servizi di riparazione autorizzata. È opportuno che le parti valutino anche il grado di concorrenza che i riparatori autorizzati appartenenti alla relativa rete possono esercitare tra di loro. Uno dei principali fattori che determinano tale concorrenza riguarda le condizioni di accesso alla rete previste dagli accordi-tipo in materia. In considerazione della posizione di mercato generalmente forte che detengono le reti di riparatori autorizzati, della loro particolare importanza per i proprietari di autoveicoli nuovi e del fatto che i consumatori non sono disposti a percorrere lunghe distanze per fare riparare le proprie vetture, la Commissione ritiene importante che l'accesso alle reti di riparatori autorizzati rimanga generalmente aperto a tutte le imprese che soddisfanno criteri di qualità definiti. È probabile che una selezione di tipo quantitativo dei potenziali membri faccia sì che l'accordo rientri nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato.
- (71) Un caso particolare si verifica quando i riparatori autorizzati sono tenuti, in base agli accordi, anche alla vendita di

autoveicoli nuovi. È probabile che tali accordi rientrino nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato, in quanto un tale obbligo non è richiesto dalla natura dei servizi oggetto del contratto. Inoltre, nel caso di una marca affermata sul mercato, gli accordi che contengono un obbligo di questo tipo non potrebbero di norma beneficiare dell'eccezione prevista all'articolo 101, paragrafo 3, del trattato, in quanto provocherebbero una grave limitazione dell'accesso alla rete di riparatori autorizzati, riducendo quindi la concorrenza senza apportare vantaggi corrispondenti per i consumatori. Tuttavia, in certi casi, un fornitore che intenda lanciare una marca su un particolare mercato geografico potrebbe inizialmente avere difficoltà a trovare distributori disposti a realizzare gli investimenti necessari a meno che essi non siano sicuri di non dover affrontare la concorrenza di riparatori autorizzati «autonomi» che cerchino di avvantaggiarsi dei loro investimenti iniziali. In tali circostanze, un collegamento contrattuale tra le due attività per un periodo di tempo limitato avrebbe un effetto proconcorrenziale sul mercato delle vendite di autoveicoli, permettendo il lancio di una nuova marca e non avrebbe effetti sul mercato potenziale dei servizi di riparazione specifici per tale marca, che in ogni caso non esisterebbe se gli autoveicoli non potessero essere venduti. È dunque improbabile che accordi di questo tipo rientrino nel campo di applicazione dell'articolo 101, paragrafo 1, del trattato.