

**DISTRIBUCIÓN Y SERVICIOS POSVENTA DE VEHÍCULOS
DE MOTOR EN LA UNIÓN EUROPEA**

REGLAMENTO (CE) N° 1400/2002 DE LA COMISIÓN

de 31 de julio de 2002¹

**RELATIVO A LA APLICACIÓN DEL APARTADO 3 DEL ARTÍCULO
81 DEL TRATADO CE A DETERMINADAS CATEGORÍAS DE
ACUERDOS VERTICALES Y PRÁCTICAS CONCERTADAS EN EL
SECTOR DE LOS VEHÍCULOS DE MOTOR**

GUIA EXPLICATIVA

Comisión Europea – Dirección General de Competencia

¹ DO L 203 de 1.8.2002, p. 30.

La guía también está disponible en internet:

http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/

© Comunidades Europeas, 2002

Reproducción autorizada, con indicación de la fuente bibliográfica

Prólogo

La distribución y reparación de vehículos de motor son ámbitos de un interés crucial para el consumidor europeo. El sector automovilístico se ha distinguido por unos problemas de competencia específicos, sobre todo por lo que respecta a los derechos que tienen los consumidores en el mercado único a comprar un coche en el lugar que más les convenga de la Unión Europea. El nuevo Reglamento 1400/2002, que se explica en esta guía, está destinado a solucionar estos problemas, a la vez que reconoce las características específicas del sector de los vehículos de motor.

El nuevo Reglamento también aborda aspectos relacionados con la reparación y el mantenimiento, así como con el suministro de recambios, dado que durante la vida útil de un vehículo, los costes asociados con estos servicios son prácticamente equivalentes al precio de compra del propio vehículo.

El nuevo Reglamento está destinado a aumentar la competencia y reportar unos beneficios tangibles a los consumidores europeos. Abre las puertas a un mayor uso de las nuevas técnicas de distribución, como las ventas por internet y los concesionarios multimarca. Incrementará la competencia entre distribuidores, facilitará en gran medida las ventas transfronterizas de vehículos nuevos e impulsará también la competencia de precios. Los propietarios de coches tendrán una mayor elección a la hora de decidir dónde realizar las reparaciones o el mantenimiento y qué piezas de recambio desean utilizar.

Esta guía explicativa del Reglamento, elaborada por la DG Competencia, no tiene efectos jurídicos vinculantes. Su objetivo es orientar e informar a las diferentes partes interesadas, en especial a consumidores, distribuidores y talleres de reparación. Esta información es especialmente relevante dados los cambios fundamentales que introduce el Reglamento. La guía contiene secciones específicas para las distintas partes interesadas y ofrece respuestas a preguntas que puedan plantearse. Todo ello debería facilitar al lector la búsqueda de información de acuerdo con sus propias necesidades.

La DG Competencia seguirá de cerca la aplicación de este importante Reglamento y, en su caso, no vacilará en adoptar las medidas oportunas para garantizar el respeto a las normas de competencia y la aplicación del Reglamento en beneficio de los consumidores europeos.

*Philip Lowe
Director General de Competencia*

Índice

1.	INTRODUCCIÓN.....	7
2.	ESTRUCTURA LA GUÍA	10
3.	FILOSOFÍA DEL REGLAMENTO (CE) N° 1400/2002	11
3.1.	Enfoque general	11
3.2.	Resultados del nuevo enfoque general en lo que se refiere a la distribución y los servicios posventa de los vehículos de motor	12
4.	CONTENIDO DEL REGLAMENTO	16
4.1.	Definiciones utilizadas en el Reglamento (artículo 1)	16
4.2.	Ámbito de aplicación del Reglamento (artículo 2).....	16
4.2.1.	Productos y servicios cubiertos por el Reglamento	17
4.2.2.	Categorías de acuerdos cubiertos por el Reglamento	19
4.3.	Condiciones generales para la aplicación (artículo 3)	22
4.3.1.	Umbral de cuota de mercado	23
4.3.2.	Condiciones generales relativas a las disposiciones específicas que deben incluirse en los acuerdos	26
4.4.	Restricciones especialmente graves (artículo 4).....	29
4.5.	Condiciones específicas (artículo 5).....	33
4.5.1.	Ventas multimarca	33
4.5.2.	Lugar de establecimiento de los distribuidores o talleres de reparación autorizados de un sistema de distribución selectiva.....	36
4.6.	Retirada del beneficio de la exención por categorías (artículo 6)	38
4.7.	Inaplicación en un mercado de referencia (artículo 7).....	39
4.8.	Entrada en vigor y período transitorio (artículos 12 y 10)	40
4.9.	Examen e informe de evaluación (artículo 11).....	42
5.	DERECHOS, OBLIGACIONES Y OPORTUNIDADES CONCEDIDAS POR EL REGLAMENTO	44
5.1.	Consumidores: aumentar la elección del consumidor con arreglo a los principios del mercado único	44
5.1.1.	Venta.....	45
5.1.2.	Servicios posventa	48
5.2.	Intermediarios	49
5.3.	Distribuidores autorizados de vehículos de motor nuevos (también denominados concesionarios en esta guía)	50
5.3.1.	Ventas de vehículos nuevos por los concesionarios	51

5.3.1.1.	Venta de vehículos nuevos a consumidores que utilizan los servicios de un intermediario	54
5.3.1.2.	Venta de vehículos nuevos a empresas de arrendamiento financiero	55
5.3.2.	La distribución de diversas marcas de vehículos de motor por el concesionario (ventas multimarca).....	56
5.3.3.	El derecho a abrir puntos de venta adicionales (prohibición de las "cláusulas de establecimiento")	58
5.3.4.	Suministro de vehículos nuevos al concesionario	60
5.3.5.	Litigios relativos a asuntos contractuales.....	61
5.3.6.	El derecho del concesionario a decidir si presta o no servicios de reparación y mantenimiento	62
5.3.7.	Traspaso o venta de un concesionario o de un taller de reparación autorizado	63
5.3.8.	Expiración del acuerdo de distribución.....	64
5.4.	Talleres de reparación autorizados.....	66
5.4.1.	Cómo convertirse en taller de reparación autorizado	67
5.4.2.	Prohibición de la cláusula de establecimiento para los talleres de reparación autorizados	68
5.4.3.	Los recambios y el taller de reparación autorizado	68
5.4.4.	Obligaciones inhibitorias de la competencia impuestas a los talleres de reparación autorizados	70
5.4.5.	Traspaso de un taller de reparación autorizado.....	70
5.5.	Operadores independientes del mercado posventa.....	71
5.5.1.	Acceso a la información técnica	71
5.5.2.	La relación entre talleres de reparación independientes y autorizados	75
6.	DEFINICIÓN DEL MERCADO Y CÁLCULO DE CUOTAS DE MERCADO.....	77
6.1.	Principios de la definición de mercado	77
6.2.	Ejemplos de definición del mercado y cálculo de cuotas de mercado.....	80
7.	DISTRIBUCIÓN Y ACCESO A LOS RECAMBIOS.....	86
8.	ANEXO I – LISTA DE LOS DOCUMENTOS MÁS IMPORTANTES RELATIVOS A LAS NORMAS DE COMPETENCIA SOBRE DISTRIBUCIÓN DE VEHÍCULOS DE MOTOR EN LA UNIÓN EUROPEA.....	93
9.	ANEXO II - TEXTO DEL REGLAMENTO 1400/2002	97
10.	ANEXO III - ÍNDICE TEMÁTICO	99

1. INTRODUCCIÓN

En los Estados miembros de la Unión Europea, los fabricantes de vehículos de motor y recambios distribuyen sus productos a través de redes de distribuidores. Por lo que se refiere a los vehículos de motor, estos distribuidores suelen denominarse comúnmente concesionarios, y así se les llamará en general en esta guía. Los fabricantes de vehículos de motor y otras empresas también gestionan redes de talleres de reparación autorizados. Estas redes de distribución o de talleres de reparación están formadas por un conjunto de acuerdos similares entre el fabricante y los distintos distribuidores o talleres de reparación. A efectos de las normas de competencia, estos acuerdos se denominan acuerdos verticales, dado que el fabricante y el distribuidor o el taller de reparación operan en niveles diferentes de la cadena de producción o distribución.

El artículo 81 del Tratado CE se aplica a los acuerdos que puedan afectar al comercio entre Estados miembros y que impidan, limiten o falseen la competencia. La primera condición para la aplicación del artículo 81 es que los acuerdos en cuestión puedan tener un efecto apreciable sobre el comercio entre Estados miembros, cosa probable en el caso de que una red se extienda por todo el territorio de un Estado miembro. Cuando se cumple esta primera condición, el apartado 1 del artículo 81 prohíbe los acuerdos que limiten o falseen la competencia de forma significativa². Esto puede ocurrir cuando los acuerdos verticales no sólo determinan el precio y la cantidad de una operación de compraventa específica sino que también imponen restricciones al proveedor o al comprador (en lo sucesivo, “restricciones verticales”). El apartado 3 del artículo 81 excluye de esta prohibición los acuerdos que originen beneficios suficientes para contrarrestar los efectos anticompetitivos, como pudieran ser mejoras en la eficiencia. Se dice en tal caso que los acuerdos quedan exentos con arreglo al apartado 3 del artículo 81. Sólo pueden quedar exentos los acuerdos que reserven a los consumidores una participación equitativa en los beneficios³.

² El apartado 1 del artículo 81 dispone lo siguiente:

Serán incompatibles con el mercado común y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado común y, en particular, los que consistan en:

- a) fijar directa o indirectamente los precios de compra o de venta u otras condiciones de transacción;*
- b) limitar o controlar la producción, el mercado, el desarrollo técnico o las inversiones;*
- c) repartirse los mercados o las fuentes de abastecimiento;*
- d) aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva;*
- e) subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos.*

³ El apartado 3 del artículo 81 dispone lo siguiente:

El que un acuerdo vertical restrinja de facto la competencia o que, en tal caso, los beneficios superen los efectos anticompetitivos dependerá a menudo de la estructura del mercado. En principio, será necesaria una valoración caso por caso. No obstante, la Comisión también puede conceder, por medio de un reglamento, exenciones para categorías enteras de acuerdos. Estos reglamentos reciben generalmente el nombre de “reglamentos de exención por categorías”. La Comisión ha adoptado, por ejemplo, un reglamento de exención por categorías para los acuerdos de suministro y de distribución conocido como Reglamento 2790/1999⁴. Este Reglamento de exención por categorías se aplica, en principio, a los acuerdos verticales de todos los sectores de la industria y el comercio, salvo aquéllos en los que la Comisión haya adoptado un reglamento sectorial de exención por categorías⁵.

El sector de los vehículos de motor ha contado desde hace tiempo con un reglamento sectorial de exención por categorías, el Reglamento 1475/95⁶ de la Comisión, que expiró el 30 de septiembre de 2002 y fue sustituido por el Reglamento 1400/2002 de la Comisión, de 31 de julio de 2002, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas en el sector de los vehículos de motor⁷ (en lo sucesivo, “el Reglamento” o “el nuevo Reglamento”).

El nuevo Reglamento es aplicable en la Unión Europea y en el EEE⁸.

El nuevo Reglamento, que entró en vigor el 1 de octubre de 2002, incorpora cambios sustanciales en lo relativo a la exención de los acuerdos de distribución de vehículos de motor nuevos y de recambios. También introduce grandes cambios en la exención de los acuerdos de prestación de servicios de reparación y mantenimiento por talleres de reparación autorizados e independientes u otros agentes independientes, tales

No obstante, las disposiciones del apartado 1 podrán ser declaradas inaplicables a:

- cualquier acuerdo o categoría de acuerdos entre empresas;
- cualquier decisión o categoría de decisiones de asociaciones de empresas;
- cualquier práctica concertada o categoría de prácticas concertadas,

que contribuyan a mejorar la producción o la distribución de los productos o a fomentar el progreso técnico o económico, y reserven al mismo tiempo a los usuarios una participación equitativa en el beneficio resultante (...).

⁴ Reglamento (CE) nº 2790/1999 de la Comisión, de 22 de diciembre de 1999, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas (DO L 336 de 29.12.1999, p. 21).

⁵ Véase el apartado 5 del artículo 2 del Reglamento 2790/1999.

⁶ Reglamento (CE) nº 1475/95 de la Comisión, de 28 de junio de 1995, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos de distribución y de servicio de venta y posventa de vehículos automóviles (DO L 145 de 29.6.1995, p. 25).

⁷ DO L 203 de 1.8.2002, p. 30.

⁸ Véase la Decisión 136/2002 del Comité Mixto del EEE, de 27 de septiembre de 2002, por la que se modifica el Anexo XIV (Competencia) del Acuerdo EEE (aún sin publicar en el DO); véase también la Decisión 46/96 del Comité Mixto del EEE, de 19 de julio de 1996, por la que se modifica el Anexo XIV (Competencia) del Acuerdo EEE (DO L 291 de 14.11.1996, p. 39), según la cual el Reglamento 1475/95 también era aplicable en los Estados miembros del EEE.

como empresas de asistencia en carretera, distribuidores de recambios y prestadores de servicios de formación de mecánicos.

No obstante, la Comisión sigue una política general por la que se concede a los interesados tiempo suficiente para adaptarse al nuevo marco legislativo y, por tanto, el nuevo Reglamento sólo entrará plenamente en vigor tras los períodos de transición⁹.

Este documento se ha concebido como una guía del Reglamento para los consumidores¹⁰ y otros operadores. Asimismo, se propone servir de ayuda para que las empresas puedan evaluar la adecuación de sus acuerdos verticales a las normas comunitarias de competencia. Aporta análisis y explicaciones técnicas y brinda respuestas a las dudas más frecuentes de los constructores y concesionarios de automóviles, fabricantes y distribuidores de recambios, talleres de reparación autorizados e independientes, así como otros agentes independientes que participan en la venta y/o reparación y mantenimiento de los vehículos de motor. Sin embargo, la guía no comenta en profundidad cada una de las disposiciones del Reglamento, y no es jurídicamente vinculante.

⁹ Véase la sección 4.8 a continuación y los artículos 10 y 12 del Reglamento. Los acuerdos compatibles con las condiciones del Reglamento 1475/95 quedarán exentos hasta el 30.9.2003. Asimismo, hasta el 30.9.2005 se podrá prohibir a los distribuidores de vehículos de motor nuevos de un sistema de distribución selectiva que abran puntos de venta adicionales en la Unión Europea.

¹⁰ Uno de los principales objetivos de esta guía es mostrar a los consumidores y sus intermediarios que el Reglamento garantiza la libertad de comprar un coche en cualquier parte de la Unión Europea de conformidad con los principios del mercado único.

2. ESTRUCTURA LA GUÍA

La guía presenta la siguiente estructura:

El capítulo 3 expone la filosofía y los objetivos del Reglamento, tanto en lo que concierne a la distribución de vehículos de motor como a los servicios de reparación y mantenimiento.

El capítulo 4 contiene una explicación de la estructura del Reglamento y de determinados aspectos legales de cada una de sus disposiciones. Esto puede tener un interés especial para los juristas y las personas que deseen entender mejor el alcance y el contenido de las distintas disposiciones de este Reglamento.

El capítulo 5 está destinado, en particular, a los consumidores, incluidos sus intermediarios, y también a los concesionarios de vehículos nuevos y talleres de reparación. Este capítulo brinda respuestas a las preguntas más probables de las distintas categorías de interesados, dedicando una sección a cada una de estas categorías. Las respuestas pueden resultar asimismo relevantes para los fabricantes de vehículos y de recambios y para los mayoristas. Los derechos que se confieren, por ejemplo, a los consumidores o a los talleres de reparación independientes pueden corresponderse con las obligaciones que afectan a otros agentes, tales como los fabricantes de vehículos.

El capítulo 6 trata de los aspectos técnicos relacionados con la definición del mercado.

El capítulo 7 analiza la distribución de recambios desde un punto de vista técnico.

Por último, se incluyen como anexos una lista de documentos de referencia relacionados con el nuevo régimen y el texto íntegro del nuevo Reglamento, que pueden consultarse también en la página *web* de la DG Competencia¹¹.

¹¹ http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/

3. FILOSOFÍA DEL REGLAMENTO (CE) Nº 1400/2002

3.1. Enfoque general

El Reglamento 1400/2002 es un reglamento de exención por categorías específico para el sector de los vehículos de motor. Este Reglamento cubre los acuerdos sobre distribución de vehículos de motor nuevos y de recambios, así como los acuerdos de distribución que regulan la prestación de servicios de reparación y mantenimiento por talleres de reparación autorizados. También trata del acceso a la información técnica de los operadores independientes directa o indirectamente implicados en la reparación o el mantenimiento de vehículos de motor —como los talleres de reparación independientes— y del acceso a los recambios.

El Reglamento 1400/2002 es más estricto que su predecesor, el Reglamento 1475/95, y que el Reglamento 2790/1999, y ello con el objetivo de solventar los problemas de competencia detectados en el sector¹².

No obstante, el Reglamento 1400/2002 se basa en la política general de la Comisión en materia de evaluación de las restricciones verticales, tal y como se establece en el Reglamento 2790/1999 y en las correspondientes Directrices relativas a las restricciones verticales¹³. Por tanto, se basa en un planteamiento más económico y en el principio de que incumbe a los agentes económicos (fabricantes, concesionarios) organizar la distribución según sus propias necesidades. De ahí que el nuevo Reglamento sea menos prescriptivo que el Reglamento 1475/95, a fin de evitar el efecto de “camisa de fuerza”¹⁴ que se apreció en el caso del Reglamento 1475/95 y de propiciar el desarrollo de formas innovadoras de distribución.

El nuevo Reglamento sigue la política general en virtud de la cual los reglamentos de exención por categoría sólo deben cubrir los acuerdos restrictivos hasta ciertos umbrales de cuota de mercado; en este caso, el umbral es, en general, del 30%, si bien aumenta hasta el 40% para la distribución selectiva cuantitativa de vehículos de motor nuevos. Además, el nuevo Reglamento sólo cubre los acuerdos cuando se cumplen ciertas condiciones generales¹⁵, por ejemplo en relación con la resolución de litigios por parte de un mediador. Una parte importante del Reglamento se centra en las prácticas y comportamientos que restringen gravemente la competencia en el

¹² Véase el informe de la Comisión, de 15 de noviembre de 2002, sobre la evaluación del Reglamento (CE) nº 1475/95 relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos de distribución y de servicio de venta y de posventa de vehículos automóviles. Documento COM(2000)743 final, publicado en la siguiente dirección de internet: http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/

¹³ Comunicación de la Comisión, Directrices relativas a las restricciones verticales (DO C 291 de 13.10.2000, p. 1).

¹⁴ Éste es un efecto por el que, al eximir sólo un modelo de distribución, el Reglamento fomenta que los proveedores utilicen sistemas de distribución prácticamente idénticos, lo que conduce a cierta rigidez.

¹⁵ Véase el artículo 3 en lo relativo a las condiciones generales.

mercado común y que perjudican a los consumidores. Con este fin, y de acuerdo con el enfoque general de la Comisión en lo relativo a los reglamentos de exención por categorías¹⁶, establece una lista de restricciones severas (a menudo denominadas “cláusulas negras” o “restricciones especialmente graves”) que deja constancia de todo aquello que normalmente no está permitido¹⁷. El objetivo de esta lista es paliar los inconvenientes del Reglamento 1475/95 y tener en cuenta las especificidades del sector de los vehículos de motor, sobre todo por lo que respecta a la reparación y el mantenimiento. Cuando existen estas restricciones, el acuerdo no sólo no podrá seguir beneficiándose de las exenciones por categorías, sino que probablemente tampoco podrá acogerse a una exención individual. Además de la lista de restricciones especialmente graves, el nuevo Reglamento impone unas condiciones específicas a ciertas restricciones verticales, sobre todo en lo que se refiere a las obligaciones inhibitorias de la competencia y a las cláusulas de establecimiento¹⁸. Si no se cumplen estas condiciones específicas, las restricciones verticales de que se trate quedan excluidas de la exención por categorías. Sin embargo, el Reglamento sigue aplicándose al resto del acuerdo vertical si la parte restante puede aplicarse independientemente de las restricciones verticales no cubiertas por la exención. Las restricciones verticales no cubiertas por la exención serán evaluadas individualmente de conformidad con el artículo 81.

3.2. Resultados del nuevo enfoque general en lo que se refiere a la distribución y los servicios posventa de los vehículos de motor

Los datos disponibles¹⁹ demuestran que el coste de compra del coche y el coste de las reparaciones y el mantenimiento del mismo ascienden cada uno al 40% del coste total derivado de la propiedad de un coche²⁰. Por tanto, la competencia en el mercado de distribución y en el de reparación y mantenimiento son de igual importancia para los consumidores y, consecuentemente, el Reglamento aborda las cuestiones de competencia en ambos ámbitos.

El informe de evaluación adoptado por la Comisión el 15 de noviembre de 2002 llegaba a la conclusión de que el Reglamento 1475/95 no cumplía algunos de sus objetivos principales²¹. Además, la aplicación del Reglamento general de exención

¹⁶ Reglamento 2790/1999 de la Comisión; Reglamento (CE) n° 2658/2000 de la Comisión, de 29 de noviembre de 2000, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado a determinadas categorías de acuerdos de especialización (DO L 304 de 5.12.2000, p. 3); Reglamento (CE) n° 2659/2000 de la Comisión, de 29 de noviembre de 2000, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado a determinadas categorías de acuerdos de investigación y desarrollo (DO L 304 de 5.12.2000, p. 7).

¹⁷ Véase el artículo 4 en lo relativo a las restricciones especialmente graves.

¹⁸ Véase el artículo 5 en lo relativo a las condiciones específicas.

¹⁹ Andersen, *Study on the impact of possible future legislative scenarios for motor vehicle distribution on all parties concerned*, p. 43, capítulo II.2.1.B; publicado en internet: http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/.

²⁰ El 20% restante se destina a financiación, seguros y otros costes.

²¹ Véase el informe de la Comisión relativo a la evaluación del Reglamento 1475/95.

vertical por categorías (Reglamento 2790/1999) tampoco solucionaría todos los problemas puestos de manifiesto en el informe de evaluación. A pesar de compartir un enfoque no prescriptivo con el Reglamento 2790/1999, el Reglamento 1400/2002 tiene un enfoque más estricto.

Por lo que respecta a la **distribución de vehículos de motor nuevos**, el Reglamento se sustenta en los siguientes principios:

- prohibición de la combinación de distribución selectiva y distribución exclusiva permitida por el Reglamento 1475/95. Para beneficiarse del nuevo Reglamento, los fabricantes deben elegir entre un sistema de distribución selectiva o de distribución exclusiva a la hora de escoger a los distribuidores;
- fortalecimiento de la competencia entre concesionarios en diferentes Estados miembros (competencia intramarca) y mejora de la integración del mercado, sobre todo al no eximir los acuerdos de distribución que restrinjan las ventas pasivas, ni los sistemas de distribución selectiva que restrinjan las ventas activas, ni las cláusulas (comúnmente conocidas como “cláusulas relativas al lugar de establecimiento”) que prohíban a los concesionarios de un sistema de distribución selectiva establecer puntos de venta adicionales en el mercado común²²;
- eliminación de la obligación de que una misma empresa se haga cargo de la venta y los servicios posventa²³ al no eximir los acuerdos que impidan a los concesionarios subcontratar servicios y reparaciones a talleres de reparación autorizados que pertenezcan a la red de talleres autorizados de la marca en cuestión y que, por tanto, cumplan los niveles mínimos de calidad establecidos por el fabricante²⁴;
- fomento de las ventas multimarca al no eximir las restricciones sobre las ventas de vehículos de motor de diferentes marcas por un mismo concesionario²⁵. No obstante, los proveedores pueden imponer la obligación de que los vehículos de motor de diferentes marcas sean expuestos en diferentes zonas de una misma sala de exposición;
- mantenimiento de la “cláusula de disponibilidad” al no eximir los acuerdos que limitan la capacidad de los distribuidores para vender coches con especificaciones distintas de las de los modelos equivalentes que formen parte de su gama contractual. Consecuentemente, un consumidor podrá adquirir un vehículo de un concesionario de otro Estado miembro con las

²² Después del 30 de septiembre de 2005. Véase la letra b) del apartado 2 del artículo 5 y el apartado 2 del artículo 12. Mediante la cláusula de establecimiento, un fabricante obliga a un distribuidor a operar sólo desde un establecimiento, que puede ser una dirección, una ciudad o un territorio.

²³ Conocido como vínculo de la venta y los servicios posventa.

²⁴ Letra g) del apartado 1 del artículo 4.

²⁵ Letras a) y c) del apartado 1 del artículo 5.

especificaciones vigentes en su propio Estado miembro, permitiendo así, por ejemplo, que los consumidores del Reino Unido e Irlanda puedan adquirir vehículos nuevos con el volante a la derecha en Europa Continental²⁶;

- apoyo al recurso de los consumidores a intermediarios o agentes²⁷. Estos operadores son importantes para ayudar a los consumidores a adquirir un vehículo en otra parte del mercado común;
- fortalecimiento de la independencia de los concesionarios de los fabricantes, por una parte impulsando las ventas multimarca y fortaleciendo las normas mínimas de protección contractual (manteniendo los actuales preavisos fijados en el Reglamento 1475/95) y, por otra, permitiéndoles que realicen el valor que han creado al darles la libertad de vender su empresa a otros concesionarios autorizados a vender la misma marca²⁸.

En resumen, el Reglamento 1400/2002 pone en marcha un régimen que estimulará el desarrollo de métodos de distribución innovadores y, por tanto, aumentará la competencia.

Por lo que respecta a **la reparación y el mantenimiento de vehículos de motor**, el Reglamento 1400/2002 se basa en el mismo enfoque estricto, si bien mantiene ciertos elementos del Reglamento 1475/95, dado que el Reglamento 2790/1999 no contiene disposiciones suficientemente adaptadas a la reparación y el mantenimiento de vehículos de motor. Teniendo en cuenta los gastos incurridos por los consumidores en reparación y mantenimiento, es importante garantizar que puedan elegir entre diferentes alternativas y que todos los operadores (concesionarios, talleres de reparación autorizados, talleres de reparación independientes —incluidas las chapisterías—, cadenas de reparaciones rápidas y centros de servicios) puedan ofrecer servicios de calidad y contribuir así a la seguridad y fiabilidad de los vehículos.

Por tanto, por lo que respecta a la reparación y el mantenimiento, el Reglamento 1400/2002 persigue los siguientes objetivos:

- permitir que los fabricantes establezcan los criterios de selección para los talleres de reparación autorizados, siempre que tales criterios no impidan el ejercicio de los derechos reconocidos en el Reglamento;
- asegurar que si un proveedor de vehículos de motor nuevos establece criterios cualitativos para los talleres de reparación autorizados de su red puedan unirse a la red todos los operadores que cumplan dichos criterios. Este enfoque aumentará la competencia entre talleres de reparación autorizados al garantizar que los operadores con la experiencia técnica necesaria podrán establecerse en cualquier lugar donde existan oportunidades empresariales;

²⁶ Letra f) del apartado 1 del artículo 4.

²⁷ Considerando 14.

²⁸ Apartados 3 y 5 del artículo 3.

- mejorar el acceso de los talleres de reparación autorizados a recambios que compitan con las piezas vendidas por el fabricante;
- mantener y reforzar la posición competitiva de los talleres de reparación independientes, que actualmente llevan a cabo en torno al 50% de todas las reparaciones de automóviles²⁹. El Reglamento mejora su posición al reforzar su capacidad para acceder a los recambios y la información técnica relacionada con los avances técnicos, sobre todo en el campo de los dispositivos electrónicos y los equipos de diagnóstico. El derecho de acceso también se extiende a la formación y a todo tipo de herramientas, dado que el acceso a estos cuatro elementos es necesario para que un operador pueda prestar servicios de posventa. Una consecuencia deseable e importante de permitir ese mayor acceso es que se potencian los conocimientos técnicos de los talleres de reparación independientes, beneficiando así la seguridad vial y a los consumidores en general.

Teniendo en cuenta todos estos elementos, el Reglamento 1400/2002 refuerza la competencia en los mercados de la distribución de vehículos de motor nuevos y de la prestación de servicios posventa.

²⁹ Estudio de Andersen, p. 254, anexo 8; Accenture, *Study on the Impact of Legislative Scenarios on Motor Vehicle Distribution*, septiembre de 2001, encargado por ACEA, p. 11.

4. CONTENIDO DEL REGLAMENTO

Este capítulo analiza el contenido de varios artículos del Reglamento, intentando explicar aquellas disposiciones que puedan requerir interpretación. Se enumeran y explican los artículos, ilustrándolos en lo posible con referencias a los considerandos del Reglamento y con ejemplos y respuestas a preguntas que puedan plantearse tanto juristas como proveedores de vehículos de motor o recambios que gestionen una red de distribución. Este apartado también contiene referencias a otras Comunicaciones de la Comisión que ofrecen orientación conceptual sobre cuestiones de aplicación.

4.1. Definiciones utilizadas en el Reglamento (artículo 1)

El artículo 1 contiene una lista de definiciones que aclaran el significado de ciertas palabras o expresiones utilizadas en otros artículos del Reglamento. Cuando proceda, se reproducirá la definición exacta con el texto del artículo o los artículos en los que aparecen dichas palabras o expresiones.

4.2. Ámbito de aplicación del Reglamento (artículo 2)

Artículo 2

Ámbito de aplicación

1. En virtud del apartado 3 del artículo 81 del Tratado y sin perjuicio de las disposiciones del presente Reglamento, se declara que las disposiciones del apartado 1 del artículo 81 del Tratado no se aplicarán a los acuerdos verticales cuando se refieran a las condiciones en las que las partes puedan comprar, vender o revender vehículos de motor nuevos, recambios para vehículos de motor o servicios de reparación y mantenimiento de los mismos.

El párrafo primero se aplicará en la medida en que tales acuerdos verticales contengan restricciones verticales.

La exención establecida en el presente apartado se denominará, a efectos del presente Reglamento, "la exención".

(...)

4.2.1. Productos y servicios cubiertos por el Reglamento

Artículo 1

Definiciones

1. A efectos del presente Reglamento, se entenderá por:
 - (...)
 - n) "Vehículo de motor", un vehículo autopropulsado de tres o más ruedas destinado a ser utilizado en la vía pública.
 - (...)
 - s) "Recambios", los productos que deben instalarse en un vehículo de motor o sobre él para sustituir componentes de este vehículo, incluidos lubricantes que sean necesarios para el uso de un vehículo de motor, a excepción del combustible.
 - (...)

Pregunta 1: ¿Cuál es la línea que separa el nuevo Reglamento 1400/2002 del Reglamento 2790/1999 relativo a los acuerdos verticales?

El apartado 5 del artículo 2 del Reglamento 2790/1999 relativo a los acuerdos verticales establece que no es aplicable a los acuerdos verticales cuyo objeto entre en el ámbito de aplicación de cualquier otro reglamento de exención por categorías. Por tanto, el Reglamento 2790/1999 no es aplicable a los acuerdos verticales sobre vehículos de motor nuevos, sobre servicios de reparación y mantenimiento de vehículos de motor y sobre recambios de vehículos de motor, tal y como se definen en este Reglamento. No entra en el ámbito de aplicación del Reglamento 2790/1999 un acuerdo cuyo objeto entra en el ámbito de aplicación del Reglamento³⁰, aunque tal acuerdo no cumpla otros requisitos establecidos en el Reglamento³¹.

Pregunta 2: ¿El Reglamento se aplica a todos los acuerdos sobre vehículos y recambios?

No. El Reglamento no se aplica, entre otras cosas, a los vehículos que no sean vehículos de motor³², a los vehículos de motor que no sean nuevos³³, a los préstamos bancarios que

³⁰ Véase el artículo 2, Ámbito de aplicación.

³¹ Por ejemplo, en los artículos 3, 4 y 5.

³² El Reglamento 1475/95 contenía la misma definición de vehículos de motor. Algunos vehículos no entran en esta definición porque no son autopropulsados, como los vehículos de tracción animal, o porque tienen menos de tres ruedas, como las motocicletas, o porque no se destinan a ser utilizados en vías públicas, aunque puedan circular ocasionalmente por ellas, como los tractores o la maquinaria de movimiento de tierra.

³³ Por ejemplo, el mercado de automóviles de ocasión.

financien la compra de un vehículo por un usuario final o a los bienes que no sean recambios tal y como se definen en el Reglamento³⁴.

Muchos productos de sustitución son específicos de los vehículos de motor tal y como se definen en el Reglamento y, por tanto, entran indiscutiblemente en la definición de recambios de la letra s) del apartado 1 del artículo 1. No obstante, algunos bienes, como los lubricantes, pinturas y productos genéricos (tornillos, tuercas, pernos, etc.), pueden tener un doble uso, o aun un uso múltiple. Si bien pueden instalarse en un vehículo de motor para sustituir sus componentes, también pueden tener usos finales en vehículos no cubiertos por el Reglamento (por ejemplo, motocicletas y tractores) o en otros contextos. Por ello, estos productos únicamente deben considerarse en tanto que recambios en el sentido de la letra s) del apartado 1 del artículo 1 y, en consecuencia, los acuerdos verticales para su distribución entran en el ámbito de aplicación del Reglamento, siempre que vayan destinados a instalarse en un vehículo de motor. En la práctica, esta premisa se cumple siempre que el comprador desarrolle su actividad en el sector de la reparación de vehículos de motor o en la distribución a este sector.

Esto excluiría del ámbito de aplicación del Reglamento, en una fase determinada del comercio, los acuerdos verticales por los que los mayoristas compran este tipo de productos para su posterior distribución a una gran variedad de consumidores y, en otra fase comercial diferente, los acuerdos sobre productos destinados a la venta directa a usuarios finales, dado que, en ambos casos, las circunstancias del uso final no estarían claras. Por ejemplo, un acuerdo vertical entre un fabricante de tornillos y una tienda de bricolaje no entra dentro del ámbito de aplicación del Reglamento, aunque el fabricante suministre los mismos tornillos a un fabricante de vehículos de motor o al sector de reparación de vehículos de motor. Lo mismo ocurre en el caso de un acuerdo con un distribuidor de, por ejemplo, pinturas o lubricantes, a no ser que se tenga una certeza razonable de que dichos productos serán utilizados sólo para instalarlos en un vehículo de motor cubierto por el Reglamento. No se tiene tal certeza razonable en el caso de la venta minorista de pinturas o lubricantes a gasolineras, supermercados o tiendas de bricolaje. En la medida en que los acuerdos verticales tengan por objeto vehículos, bienes o servicios no cubiertos por el Reglamento, dichos acuerdos entran en principio en el ámbito de aplicación del Reglamento 2790/1999.

³⁴ Por ejemplo porque no son necesarios para la utilización de un vehículo de motor, aunque se puedan colocar como accesorios, tales como una cinta, un CD u otro accesorio según el uso comercial (para más información, véase el capítulo 7 a continuación).

4.2.2. Categorías de acuerdos cubiertos por el Reglamento

Artículo 1

Definiciones

1. A efectos del presente Reglamento, se entenderá por:
 - (...)
 - c) "Acuerdos verticales", los acuerdos o prácticas concertadas suscritos entre dos o más empresas que operen, a efectos del acuerdo, en distintos niveles de la cadena de producción o distribución.
 - (...).

Artículo 2

Ámbito de aplicación

(...)

1. La exención se aplicará asimismo a las siguientes categorías de acuerdos verticales:
 - a) los acuerdos verticales celebrados entre una asociación de empresas y sus miembros, o entre una asociación de empresas y sus proveedores, siempre y cuando todos sus miembros sean distribuidores de vehículos de motor o de recambios para vehículos de motor o talleres de reparación, y sólo en el caso de que ninguno de los miembros individuales de esta asociación, conjuntamente con sus empresas vinculadas, realice un volumen de negocios anual total que supere los 50 millones de euros; los acuerdos verticales celebrados por estas asociaciones estarán cubiertos por el presente Reglamento sin perjuicio de la aplicación del artículo 81 a los acuerdos horizontales celebrados entre los miembros de la asociación o a las decisiones adoptadas por la asociación;
 - b) los acuerdos verticales que contengan cláusulas que se refieran a la cesión al comprador o a la utilización por el comprador de derechos de propiedad intelectual, siempre que dichas cláusulas no constituyan el objeto principal de dichos acuerdos y que estén directamente relacionadas con el uso, venta o reventa de bienes o servicios por parte del comprador o sus clientes. La exención se aplicará a condición de que dichas cláusulas no contengan restricciones de la competencia relativas a las mercancías o servicios contractuales que tengan el mismo objeto o efecto que las restricciones verticales que no estén exentas con arreglo al presente Reglamento.
2. La exención no se aplicará a los acuerdos verticales suscritos entre empresas competidoras.

No obstante, se aplicará cuando tales empresas competidoras suscriban un acuerdo vertical no recíproco y:

 - a) el volumen de negocios total del comprador no exceda de 100 millones de euros al año, o
 - b) el proveedor sea un fabricante y un distribuidor de bienes y el comprador sea un distribuidor que no fabrique bienes que compitan con los bienes contractuales, o
 - c) el proveedor sea un prestador de servicios en distintos niveles comerciales y el comprador no preste servicios competidores en el nivel comercial en el que compre los servicios contractuales.

Pregunta 3: ¿Qué tipo de acuerdos verticales cubre el Reglamento?

El Reglamento se aplica a los acuerdos verticales en el sector de los vehículos de motor en todas las fases comerciales, desde el primer suministro de un vehículo de motor nuevo por el fabricante hasta la reventa definitiva a los consumidores finales, y desde el primer suministro de recambios por el fabricante de los mismos hasta la prestación de servicios de

reparación y mantenimiento a los consumidores finales. El Reglamento cubre, entre otras cosas, los acuerdos verticales entre:

- un fabricante de vehículos de motor o su filial y los importadores independientes o mayoristas que no sean filiales del fabricante y que puedan tener a su cargo el suministro y la administración de la red de distribución y reparación del fabricante en uno o varios Estados miembros, incluso cuando el fabricante haya creado filiales de importación y mayoristas en dichos Estados miembros o en otros³⁵;
- un fabricante de vehículos de motor o su filial y los miembros individuales de su red autorizada de distribución y reparación, incluida la concesión de licencias sobre derechos de propiedad intelectual del fabricante³⁶;
- un fabricante de vehículos de motor, un distribuidor principal y un subdistribuidor o un agente en redes de distribución de dos o tres niveles³⁷. Estos acuerdos están cubiertos independientemente de que los subdistribuidores sean seleccionados por el fabricante de vehículos o estén contractualmente vinculados a él o que sean los distribuidores principales quienes los seleccionan y concluyen los contratos con los subdistribuidores siguiendo los criterios establecidos por el fabricante³⁸;
- un fabricante de vehículos de motor o recambios y una asociación de concesionarios o talleres de reparación autorizados o independientes que compren conjuntamente vehículos de motor o recambios, siempre que ninguno de los miembros individuales de la asociación realice un volumen de negocios anual total que supere los 50 millones de euros³⁹;
- un proveedor de recambios y los miembros individuales de una red de talleres de reparación independientes o autorizados que utilicen estos recambios para prestar servicios de reparación y mantenimiento.

Como se puede observar, el ámbito de aplicación de este Reglamento es mayor que el del Reglamento 1475/95, dado que abarca acuerdos, por ejemplo con importadores o mayoristas de vehículos de motor que no presten servicios posventa, con talleres de reparación que no vendan automóviles y con proveedores que proporcionen recambios a los talleres de reparación.

³⁵ Letras a) y b) del apartado 3 del artículo 2.

³⁶ Letra b) del apartado 2 del artículo 2; por ejemplo, la exhibición de la marca en la sala de exposición en la que se venden los vehículos, o la divulgación de conocimientos técnicos para la prestación de servicios de reparación de una marca determinada.

³⁷ Considerando 3.

³⁸ El Reglamento no impide el uso de sistemas de distribución con un solo nivel. El fabricante o el proveedor de vehículos de motor y/o recambios suministrados a través de una red serán quienes decidan si desean organizar dichos sistemas y cómo hacerlo. Los acuerdos de distribución entre un distribuidor y otra empresa también estaban sujetos al consentimiento del proveedor, de acuerdo con el apartado 6 del artículo 3 del Reglamento 1475/95.

³⁹ Letra a) del apartado 2 del artículo 2.

Pregunta 4: ¿Los acuerdos verticales entran en el ámbito de aplicación del Reglamento en el caso de que el proveedor también venda vehículos de motor directamente a consumidores finales, entrando en competencia con su red de distribución?

En general, el Reglamento no se aplica a los acuerdos verticales suscritos entre empresas competidoras. Sin embargo, algunos acuerdos verticales entre empresas competidoras entran en el ámbito de aplicación del Reglamento. Concretamente, el apartado 3 del artículo 2 amplía el ámbito de aplicación del Reglamento a situaciones de distribución dual, incluyendo así diversos acuerdos verticales que pueden establecerse entre un fabricante que vende directamente a usuarios finales y los miembros individuales de su red o redes de distribuidores autorizados. El Reglamento no establece ningún requisito específico en lo relativo a la coexistencia de puntos de venta pertenecientes a los fabricantes y puntos de venta pertenecientes y gestionadas por distribuidores autorizados.

Pregunta 5: ¿Los acuerdos de agencia entran en el ámbito de aplicación del Reglamento?

Los acuerdos de agencia son habituales en el sector de los vehículos de motor. La Comisión diferencia entre acuerdos de agencia “genuinos” y “no genuinos” a efectos del derecho comunitario de competencia, y siguiendo los criterios establecidos en las Directrices relativas a las restricciones verticales, independientemente de la categoría que el derecho civil nacional otorgue a dichos acuerdos⁴⁰. Los acuerdos de agencia genuinos, es decir, aquéllos en los que el agente no asume riesgos comerciales o financieros significativos por lo que se refiere al contrato celebrado o negociado en nombre del principal y a las inversiones realizadas en determinados mercados para ese campo de actividad, no están prohibidos por el apartado 1 del artículo 81 y no entran en el ámbito de aplicación del Reglamento. En cambio, los acuerdos de agencia no genuinos sí entran en el ámbito de aplicación del Reglamento⁴¹.

Pregunta 6: ¿Qué requisitos debe cumplir, en general, el acuerdo para ajustarse al Reglamento y qué consecuencias se pueden derivar de ese cumplimiento?

Para que el Reglamento se aplique a los acuerdos que entran en su ámbito de aplicación, se deben cumplir las condiciones generales establecidas en el artículo 3, y las cláusulas o estipulaciones entre las partes no deben constituir ni directa ni indirectamente ninguna de las restricciones especialmente graves que se enumeran en el artículo 4. Las obligaciones específicas que no cumplan las condiciones enumeradas en el artículo 5 no están exentas, aunque es posible que con arreglo al derecho contractual nacional se separen dichas obligaciones del resto del acuerdo, dejando que la exención por categorías cubra el resto. De conformidad con el Reglamento, no está exento el recurso a la presión, a incentivos o

⁴⁰ Directrices relativas a las restricciones verticales, sección II.2, Acuerdos de agencia, puntos 12 a 20.

⁴¹ Este tipo de acuerdos de agencia no genuinos pueden entrar en el ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 81 y también entraban en el del Reglamento 1475/95; véase, asimismo, la Decisión de la Comisión de 10.10.2001 – DaimlerChrysler – (asunto COMP/36.264 – Mercedes-Benz), DO L 257 de 25.9.2002, p. 1.

desincentivos financieros, el arrendamiento de locales comerciales u otras medidas⁴² que limiten o pretendan limitar el comportamiento independiente de un distribuidor o de un taller de reparación para llevar a cabo los tipos de prácticas procompetitivas fomentadas por los artículos 4 y 5 o que mermen los derechos establecidos en el artículo 3. Todas las demás restricciones o estipulaciones incluidas en los acuerdos que cumplan estos requisitos pueden beneficiarse de la exención por categorías dado que el artículo 2 excluye dichos acuerdos de la prohibición establecida en el apartado 1 del artículo 81.

El Reglamento dispensa a las partes de tener que demostrar que, en su contexto económico y jurídico específico, sus acuerdos cumplen las condiciones establecidas en el apartado 3 del artículo 81. El Reglamento, que es obligatorio y directamente aplicable en cada Estado miembro, garantiza en toda la Unión Europea que dichos acuerdos no podrán considerarse nulos con arreglo al apartado 2 del artículo 81. De acuerdo con el principio de primacía del derecho comunitario, las medidas que tomen las autoridades o tribunales nacionales en aplicación de la legislación nacional sobre competencia no deben menoscabar la aplicación uniforme del Reglamento en todo el mercado común.

4.3. Condiciones generales para la aplicación (artículo 3)

El artículo 3 del Reglamento establece cinco condiciones generales que deben cumplir los acuerdos para que se aplique la exención por categorías. La primera condición limita la aplicación de la exención a aquellas situaciones en las que no se superen ciertos umbrales de cuota de mercado y por debajo de los cuales se puede presumir con toda seguridad que se cumplirán las condiciones del apartado 3 del artículo 81. Las demás condiciones exigen la inclusión de varias disposiciones en el acuerdo que impulsen la estabilidad contractual, permitiendo así que los distribuidores y los talleres de reparación compitan intensamente y que los beneficios de la mejora en la distribución repercutan en los consumidores.

⁴² Por ejemplo, si un fabricante es accionista minoritario de uno de sus concesionarios y acuerda con otros accionistas que el concesionario ya no puede seguir ejerciendo la venta multimarca o que no puede abrir más puntos de venta o entrega después del 30 de septiembre de 2005, esto se consideraría un acuerdo vertical disfrazado que quedaría sujeto a la definición de la letra c) del apartado 1 del artículo 1 y no estaría exento en virtud de la letra a) del apartado 1 del artículo 5 o la letra b) del apartado 2 del artículo 5.

4.3.1. Umbrales de cuota de mercado

Artículo 3

Condiciones generales

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en los apartados 2, 3, 4, 5, 6 y 7, la exención se aplicará a condición de que la cuota de mercado del proveedor en el mercado de referencia en el que venda los vehículos de motor nuevos, los recambios para vehículos de motor o los servicios de reparación y mantenimiento no supere el 30%.

Con todo, el umbral de cuota de mercado para la aplicación de la exención será del 40 % para los acuerdos por los que se establezcan sistemas de distribución selectiva cuantitativa para la venta de vehículos de motor nuevos.

Dichos umbrales no se aplicarán a los acuerdos que establezcan sistemas de distribución selectiva cualitativa.

2. En el caso de los acuerdos verticales que contengan obligaciones de suministro exclusivo, la exención se aplicará a condición de que la cuota del comprador en el mercado de referencia en el que adquiera los bienes o servicios contractuales no supere el 30 %.

(...)

Artículo 1

Definiciones

1. A efectos del presente Reglamento, se entenderá por:

(...)

- e) "Obligación de suministro exclusivo", toda obligación directa o indirecta que obligue al proveedor a vender los bienes o servicios contractuales exclusivamente a un comprador del mercado común para un uso específico o para su reventa.
- f) "Sistema de distribución selectiva", un sistema de distribución en el cual el proveedor se compromete a vender los bienes o servicios contractuales, directa o indirectamente, sólo a distribuidores o talleres de reparación seleccionados a partir de criterios definidos, y en el cual estos distribuidores o talleres de reparación se comprometen a no vender estos bienes o servicios a distribuidores o talleres de reparación independientes, sin perjuicio de la posibilidad de vender recambios a talleres de reparación independientes y de la obligación de facilitar a los operadores independientes toda la información técnica, todos los equipos de diagnóstico, todas las herramientas y toda la formación necesaria para la reparación y el mantenimiento de los vehículos de motor o para la aplicación de medidas de protección del medio ambiente.
- g) "Sistema de distribución selectiva cuantitativa", un sistema de distribución selectiva en el que el proveedor aplica, para seleccionar a los distribuidores o talleres de reparación, criterios que limitan directamente su número.
- h) "Sistema de distribución selectiva cualitativa", un sistema de distribución selectiva en el cual el proveedor aplica, para seleccionar a los distribuidores o talleres de reparación, criterios de carácter puramente cualitativo, que son necesarios por la naturaleza de los bienes o servicios contractuales, que se han establecido uniformemente para todos los distribuidores o talleres de reparación que soliciten su inclusión en el sistema de distribución, que no se aplican de manera discriminatoria y que no limitan directamente el número de distribuidores o talleres de reparación.

(...)

Al igual que ocurre con el Reglamento 2790/1999, la aplicación del nuevo Reglamento requiere, en principio, la definición del mercado o mercados de productos de referencia y del mercado o mercados geográficos de referencia afectados por los acuerdos verticales (“mercados de referencia”). Salvo en el caso de utilizarse una distribución selectiva cualitativa⁴³, los acuerdos verticales sólo pueden beneficiarse de una exención por categorías cuando no se superan ciertos umbrales de cuota de mercado; normalmente el límite pertinente es del 30%, si bien asciende al 40% en los acuerdos de distribución selectiva cualitativa para la venta de vehículos de motor nuevos. Para poder aplicar el Reglamento a otros acuerdos de distribución distintos a los de la distribución selectiva cualitativa es necesario, en primer lugar, definir el mercado o mercados de referencia afectados por los acuerdos y, en segundo lugar, calcular las cuotas de mercado.

Para calcular su cuota de mercado, las empresas deben tener en cuenta sus empresas vinculadas⁴⁴. Si una empresa o sus empresas vinculadas suministran vehículos de marcas diferentes pertenecientes al mismo mercado de producto, la empresa debe tenerlas en cuenta todas a la hora de calcular su cuota de mercado. Si su cuota de mercado supera el umbral, el Reglamento no cubrirá ninguno de sus acuerdos de distribución a pesar de que, individualmente, ninguna de estas marcas supere dichos umbrales. Del mismo modo, si se utiliza el mismo acuerdo en diferentes zonas geográficas para distribuir vehículos de motor o recambios o para prestar servicios de reparación y mantenimiento correspondientes a diferentes mercados de referencia y se superan los umbrales establecidos en algunos de estos mercados, el Reglamento cubre los acuerdos sólo en los mercados de referencia en los que no se superen dichos umbrales.

Las Directrices relativas a las restricciones verticales exponen la política de la Comisión en tales casos⁴⁵. La definición del mercado y el cálculo de las cuotas de mercado se explican detalladamente en el capítulo 6.

Pregunta 7: ¿Los acuerdos en el sector de los vehículos de motor pueden estar cubiertos por la Comunicación de minimis⁴⁶?

Sí. Mientras que el Reglamento establece una exención de la prohibición del apartado 1 del artículo 81 cuando los efectos positivos del acuerdo superan los efectos negativos, la Comunicación *de minimis* cuantifica, con la ayuda de unos umbrales de cuota de mercado más bajos, aquello que no constituye, desde el punto de vista de la Comisión, una restricción significativa de la competencia y que, por ende, no está prohibido por el apartado 1 del artículo 81. Por regla general, se considera que un acuerdo vertical entre empresas no competidoras cuya cuota en el mercado de referencia no exceda del 15% no

⁴³ Véase la definición de la letra h) del apartado 1 del artículo 1.

⁴⁴ Véase la definición de empresas vinculadas en el apartado 2 del artículo 1 y en la sección 6.2 a continuación.

⁴⁵ Directrices relativas a las restricciones verticales, puntos 62 y 68 y 69. Para el análisis de casos individuales, véanse los puntos 100 a 229, y sobre todo los puntos 184 a 198 en lo relativo a la distribución selectiva.

⁴⁶ Comunicación de la Comisión relativa a los acuerdos de menor importancia que no restringen la competencia de forma sensible en el sentido del apartado 1 del artículo 81 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea (*de minimis*), DO C 368 de 22.12.2001, p.13.

tiene efectos anticompetitivos significativos, salvo que incluya una restricción de las denominadas especialmente graves⁴⁷. Lo mismo ocurre en el caso de los acuerdos verticales entre empresas competidoras, por ejemplo en situaciones de distribución dual⁴⁸, cuando su cuota de mercado no supera el 10%. Cuando está cerrado el acceso al mercado porque varias empresas aplican redes paralelas de acuerdos verticales similares, el umbral *de minimis* se reduce al 5%. Por ejemplo, puede darse un efecto acumulativo cuando más del 30% de los vehículos de motor competidores se comercializan a través de sistemas de distribución selectiva que, por sus criterios, impiden el acceso al mercado de categorías de distribuidores perfectamente capacitados para vender los vehículos en cuestión⁴⁹. También pueden producirse efectos acumulativos en caso de que unas obligaciones inhibitorias de la competencia impuestas a distribuidores o talleres de reparación impidan el acceso al mercado de ciertos proveedores. Hay que tener presentes estos umbrales *de minimis* a la hora de considerar las condiciones establecidas en los artículos 3 y 5 del Reglamento, ya que estas condiciones no se aplican a los acuerdos que estén por debajo de dichos umbrales.

En la práctica, y según la información disponible, es muy probable que los acuerdos entre un fabricante de vehículos de motor y su red de talleres de reparación autorizados superen los umbrales de cuota de mercado *de minimis* por lo que se refiere al suministro de recambios específicos de cada marca y a la prestación de servicios de reparación y mantenimiento⁵⁰.

⁴⁷ Por lo general, las restricciones de graves efectos anticompetitivos, es decir, aquéllas enumeradas en el artículo 4 del Reglamento (restricciones especialmente graves), constituyen restricciones apreciables incluso cuando las cuotas de mercado son bajas; véase el considerando 12.

⁴⁸ La letra a) del apartado 1 del artículo 1 del Reglamento define las empresas competidoras como “los proveedores reales o potenciales en el mismo mercado de producto”, independientemente del lugar en el que suministren los productos. De esta definición se deriva que los proveedores que también venden vehículos o prestan servicios a usuarios finales se consideran competidores de su red de distribución o reparación que vende los mismos vehículos o proporciona los mismos servicios.

⁴⁹ Letras f), g) y h) del apartado 1 del artículo 1. Véase también el informe de la Comisión relativo a la evaluación del Reglamento 1475/95, puntos 20 y 82, y los puntos 82 y 104 a 114 de las Directrices relativas a las restricciones verticales.

⁵⁰ Véase el capítulo 6 a continuación relativo a la definición del mercado.

4.3.2. Condiciones generales relativas a las disposiciones específicas que deben incluirse en los acuerdos

Artículo 3

Condiciones generales

(...)

3. La exención se aplicará a condición de que el acuerdo vertical celebrado con un distribuidor o taller de reparación indique que el proveedor está de acuerdo con la transferencia de los derechos y obligaciones que resulten del acuerdo vertical a otro distribuidor o taller de reparación que pertenezca al sistema de distribución y elegido por el distribuidor o taller de reparación mencionado en primer lugar.
4. La exención se aplicará a condición de que el acuerdo vertical celebrado con un distribuidor o un taller de reparación establezca que el proveedor que desee resolver un acuerdo deberá cursar un preaviso de resolución por escrito, exponiendo con detalle las razones objetivas y transparentes de la resolución con el fin de evitar que un proveedor dé por concluido un acuerdo vertical con un distribuidor o taller de reparación en razón de prácticas que no pueden restringirse con arreglo al presente Reglamento.
5. La exención se aplicará a condición de que el acuerdo vertical celebrado por el proveedor de vehículos de motor nuevos con un distribuidor o taller de reparación autorizado establezca
 - a) que el acuerdo se concluye para un período de al menos cinco años; en este caso, cada parte tendrá que comprometerse a dar un preaviso de al menos seis meses a la otra parte cuando pretenda no renovar el acuerdo;
 - b) o que el acuerdo se concluye para un período indefinido; en este caso, el plazo de preaviso para la resolución ordinaria del acuerdo deberá ser al menos de dos años para ambas partes; este período se reducirá a un año como mínimo cuando:
 - i) el proveedor esté obligado por ley o por un acuerdo especial a abonar una compensación adecuada por la resolución del acuerdo, o
 - ii) el proveedor resuelva el acuerdo cuando sea necesario reorganizar el conjunto o una parte sustancial de la red.
6. La exención se aplicará a condición de que el acuerdo vertical establezca el derecho de cada una de las partes a someter a un experto o mediador independiente los litigios relacionados con el cumplimiento de sus obligaciones contractuales. Estos litigios pueden referirse, entre otros, a los siguientes aspectos:
 - a) obligaciones de suministro;
 - b) establecimiento o consecución de los objetivos de ventas;
 - c) aplicación de requisitos en materia de existencias;
 - d) aplicación de una obligación de proporcionar o utilizar vehículos de demostración;
 - e) condiciones para la venta de diferentes marcas;
 - f) determinación de si la prohibición de trabajar en un lugar de establecimiento no autorizado limita la capacidad del distribuidor de vehículos de motor que no sean turismos o vehículos comerciales ligeros para expandir sus actividades;
 - g) determinación de si la resolución de un acuerdo está justificada por las razones expuestas en el preaviso de resolución.

El derecho mencionado en la primera frase no prejuzga el derecho de las partes a recurrir a un órgano jurisdiccional nacional.

(...)

Las otras cuatro condiciones generales del artículo 3 del Reglamento tienen como objetivo salvaguardar un marco contractual relativamente estable en el que los vendedores de vehículos nuevos o los prestadores de servicios de reparación puedan entrar en una competencia intensa. El Reglamento exige que el acuerdo establezca el derecho del concesionario o taller de reparación a transferir su empresa, junto con todos sus derechos y obligaciones, a otro miembro de la red de la marca⁵¹, que establezca la obligación de motivar la resolución de un contrato⁵², así como el derecho de remitir los litigios contractuales a un mediador⁵³, y que establezca una duración mínima para i) los contratos temporales, y ii) los períodos de preaviso si no se renueva o si se resuelve el contrato⁵⁴. La obligación de motivar la resolución de un contrato y la posibilidad de transferir derechos y obligaciones no estaban previstas en el Reglamento 1475/95.

Pregunta 8: ¿Se puede otorgar una exención individual a un acuerdo que no cumpla las condiciones generales del Reglamento en lo que respecta a la protección contractual?

Si un acuerdo vertical en este sector entra en el ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 81⁵⁵, y el Reglamento no es aplicable, las partes sólo pueden evitar que se invalide el acuerdo con arreglo al apartado 2 del artículo 81 si cumplen los requisitos para una exención individual de conformidad con el apartado 3 del artículo 81. Cuando el Reglamento no es aplicable, debe tenerse en cuenta el conjunto de las disposiciones restrictivas del acuerdo a efectos de la aplicación del artículo 81.

La inclusión de condiciones generales sobre la protección contractual es parte de las normas específicas y más estrictas elaboradas por la Comisión para este sector, frente a otros sectores económicos. La experiencia de la Comisión demuestra que un marco contractual estable permite repercutir a los consumidores los beneficios obtenidos de la distribución y la reducción de costes⁵⁶. Por tanto, si una parte solicita una exención individual, debería demostrar que, en su caso concreto, la ausencia de disposiciones sobre protección contractual en sus acuerdos verticales ayuda a obtener o al menos no impide la obtención de los efectos positivos mencionados en el apartado 3 del artículo 81.

Pregunta 9: ¿Es necesario que los acuerdos verticales que entren en el ámbito de aplicación del Reglamento cumplan todas las condiciones relativas a las cuestiones contractuales para poder beneficiarse de la exención por categorías?

El derecho a someter a un experto o mediador independiente los litigios relacionados con el cumplimiento de sus obligaciones contractuales, tal y como establece el apartado 6 del artículo 3, se aplica a todos los acuerdos verticales que entren en el ámbito de aplicación

⁵¹ Apartado 3 del artículo 3.

⁵² Apartado 4 del artículo 3.

⁵³ Apartado 6 del artículo 3.

⁵⁴ Apartado 5 del artículo 3.

⁵⁵ Véase la pregunta 7.

⁵⁶ Considerandos 1 y 4.

del Reglamento. Las condiciones sobre la protección contractual establecidas en los apartados 3 y 4 del artículo 3 se aplican a los acuerdos restrictivos concluidos con los distribuidores o talleres de reparación. La condición general relativa a la duración mínima de los acuerdos y a los plazos de preaviso establecida en el apartado 5 del artículo 3 sólo se aplica a los acuerdos entre proveedores de vehículos de motor nuevos y sus distribuidores o talleres de reparación autorizados.

Pregunta 10: ¿Es posible que un proveedor restrinja la transferencia de derechos y obligaciones a otro miembro de su red si éste no lleva a cabo el mismo tipo de actividad que el miembro que vende su empresa?

Sí. El Reglamento fomenta la competencia y la integración del mercado facilitando la compra de empresas por compradores potenciales que sean miembros de la red de distribución o de reparación⁵⁷. Dado que estos compradores potenciales cumplen los requisitos establecidos por el proveedor en un ámbito determinado, gozan de la presunción de que también cumplen los requisitos para las operaciones comerciales del miembro de la red que realiza la venta. Por ejemplo, las diferencias en los criterios de selección o venta entre miembros de una red que desarrollan el mismo tipo de actividad, aunque sea en otro Estado miembro, no se pueden utilizar para impedir la transferencia de derechos y obligaciones. No obstante, puede que dicha presunción no se dé si las actividades del comprador y del vendedor, como la compra de vehículos de motor nuevos y su reparación, difieren completamente. Por esta razón, el Reglamento no impide que los proveedores se opongan a las transferencias en este tipo de casos.

⁵⁷ Apartado 3 del artículo 3. Véase el considerando 10 sobre la transferencia a “empresas del mismo tipo (...) dentro del sistema de distribución”.

4.4. Restricciones especialmente graves (artículo 4)

Artículo 4

Restricciones especialmente graves

(Restricciones especialmente graves referentes a la venta de vehículos de motor nuevos, servicios de reparación y mantenimiento o recambios)

1. La exención no se aplicará a los acuerdos verticales que, directa o indirectamente, por sí solos o en combinación con otros factores que estén bajo el control de las partes, tengan por objeto:
 - a) la restricción de la facultad del distribuidor o taller de reparación para determinar su precio de venta, sin perjuicio de la capacidad del proveedor para imponer un precio de venta máximo o recomendar un precio de venta dado, siempre y cuando tal precio no sea un precio de venta fijo o mínimo fijado a raíz de presiones o de incentivos ofrecidos por cualquiera de las partes;
 - b) la restricción del territorio en el que el distribuidor o taller de reparación pueda vender los bienes o servicios contractuales, o de los clientes a los que pueda vendérselos; no obstante, la exención se aplicará a:
 - i) la restricción de las ventas activas a un territorio exclusivo o a grupo exclusivo de clientes reservado al proveedor o asignado por dicho proveedor a otro distribuidor o taller de reparación, cuando dicha prohibición no limite las ventas de los clientes del distribuidor o taller de reparación,
 - ii) la restricción de las ventas a usuarios finales por parte de un distribuidor que opere en el nivel mayorista,
 - iii) la restricción de las ventas de vehículos de motor nuevos y recambios por los miembros de un sistema de distribución selectiva a distribuidores no autorizados en los mercados en que se practique la distribución selectiva, sin perjuicio de las disposiciones de la letra i),
 - iv) la restricción de la facultad del comprador de vender componentes, suministrados con el fin de su incorporación a un producto, a clientes que tengan intención de usarlos para fabricar el mismo tipo de productos que el proveedor;
 - c) la restricción de los suministros cruzados entre distribuidores o talleres de reparación pertenecientes a un sistema de distribución selectiva, incluso entre distribuidores o talleres de reparación que operen en distintos niveles comerciales;
 - d) la restricción de las ventas activas o pasivas de turismos o vehículos comerciales ligeros nuevos, de recambios para cualquier vehículo de motor o de servicios de reparación y mantenimiento para cualquier vehículo de motor a usuarios finales por parte de los miembros de un sistema de distribución selectiva que operen en el nivel minorista en mercados en los que se practique la distribución selectiva. La exención se aplicará a los acuerdos que contengan una prohibición impuesta a un miembro de un sistema de distribución selectiva de operar a partir de un lugar de establecimiento no autorizado. No obstante, la aplicación de la exención a una prohibición de este tipo estará sujeta a lo dispuesto en la letra b) del apartado 2 del artículo 5;
 - e) la restricción de las ventas activas o pasivas de vehículos de motor nuevos que no sean turismos o vehículos comerciales ligeros a usuarios finales por parte de los miembros de un sistema de distribución selectiva que operen en el nivel minorista en mercados en los que se practique la distribución selectiva, sin perjuicio de la capacidad del proveedor para prohibir a un miembro de tal sistema operar desde un lugar de establecimiento no autorizado;
- (Restricciones especialmente graves referentes sólo a la venta de vehículos de motor nuevos)*
- f) la restricción de la capacidad del distribuidor para vender un vehículo de motor nuevo que corresponda a un modelo que forme parte de su gama contractual;
 - g) la restricción de la capacidad del distribuidor para subcontratar la prestación de servicios de reparación y mantenimiento a talleres de reparación autorizados, sin perjuicio de la

capacidad del proveedor para exigir al distribuidor que proporcione a los usuarios finales el nombre y la dirección del taller o talleres autorizados en cuestión antes de la celebración del contrato de venta y, si ninguno de estos talleres autorizados está situado en la vecindad del punto de venta, que comunique a los usuarios finales a qué distancia del punto de venta está situado el taller o talleres autorizados; ahora bien, sólo podrán imponerse estas obligaciones si se imponen obligaciones similares a los distribuidores cuyo taller de reparación no se encuentre en las mismas instalaciones que su punto de venta;

(Restricciones especialmente graves referentes sólo a la venta de servicios de reparación y mantenimiento y de recambios)

- h) la restricción de la capacidad del taller de reparación autorizado para limitar sus actividades a la prestación de servicios de reparación y mantenimiento y a la distribución de recambios;
 - i) la restricción de las ventas de recambios para vehículos de motor por parte de los miembros de un sistema de distribución selectiva a talleres de reparación independientes que utilicen estos recambios para la reparación y el mantenimiento de un vehículo de motor;
 - j) la restricción convenida entre un proveedor de recambios originales o de calidad equivalente, herramientas para reparaciones o equipos de diagnóstico o de otro tipo y un fabricante de vehículos de motor, que limite la capacidad del proveedor para vender estos productos o servicios a distribuidores autorizados o independientes, a talleres de reparación autorizados o independientes o a usuarios finales;
 - k) la restricción de la capacidad de un distribuidor o de un taller de reparación autorizado para obtener de una tercera empresa de su elección recambios originales o recambios de calidad equivalente y utilizarlos para la reparación o el mantenimiento de vehículos de motor, sin perjuicio de la facultad de un proveedor de vehículos de motor nuevos de exigir la utilización de recambios originales suministrados por él para las reparaciones efectuadas bajo garantía, los servicios posventa gratuitos y las operaciones de llamada a revisión de los vehículos;
 - l) la restricción convenida entre un fabricante de vehículos de motor que utilice componentes para el montaje inicial de los vehículos de motor y el proveedor de estos componentes, que limite la capacidad de este último para poner su marca o logotipo de manera efectiva y visible en los componentes suministrados o en los recambios.
2. La exención no será aplicable cuando el proveedor de vehículos de motor deniegue a los operadores independientes el acceso a toda información técnica, a equipos de diagnóstico y de otro tipo, a herramientas, incluido todo programa informático pertinente, y a la formación necesaria para la reparación y el mantenimiento de estos vehículos de motor o para la aplicación de medidas de protección del medio ambiente.

Este acceso deberá incluir en especial el uso sin restricciones de los sistemas de control electrónico y de diagnóstico de un vehículo de motor, la programación de estos sistemas de conformidad con los procedimientos normalizados del proveedor, las instrucciones de reparación y formación y la información necesaria para el uso de herramientas y equipos de diagnóstico y mantenimiento.

Deberá darse acceso a los operadores independientes de forma no discriminatoria, rápida y proporcionada, y la información deberá facilitarse de modo que pueda utilizarse. Si el elemento en cuestión está cubierto por un derecho de propiedad intelectual o si se trata de conocimientos técnicos, el acceso no podrá rechazarse de manera abusiva.

A los efectos del presente apartado, se entenderá por "operador independiente" las empresas que se dediquen directa o indirectamente a la reparación y mantenimiento de vehículos de motor, en especial los talleres de reparación independientes, fabricantes de equipos o herramientas para reparaciones, distribuidores de recambios independientes, editores de información técnica, asociaciones de automovilistas, operadores de asistencia en carretera, operadores que ofrezcan servicios de inspección y de ensayo y operadores que ofrezcan formación para talleres de reparación.

El artículo 4 del Reglamento contiene una lista de trece restricciones de graves efectos anticompetitivos (restricciones especialmente graves). Si un acuerdo presenta una o varias de estas restricciones, el beneficio de la exención por categorías se pierde automáticamente para todo el acuerdo y no sólo para la restricción vertical afectada. En su aplicación de las normas comunitarias de competencia, la Comisión considera que la exención individual de acuerdos verticales que contengan restricciones especialmente graves es poco probable⁵⁸.

Pregunta 11: ¿Es posible que una misma restricción especialmente grave se materialice por vías diferentes?

Para prevenir la elusión, el Reglamento define las restricciones especialmente graves como disposiciones que, directa o indirectamente, por sí solas o en combinación con otros factores que estén bajo el control de las partes, tengan por objeto la restricción de cierta facultad⁵⁹ o cierto tipo de venta⁶⁰. Esta definición amplia indica que cada una de las restricciones especialmente graves puede ser inducida por uno o varios medios indirectos y que, en la práctica, puede derivar en un resultado anticompetitivo similar al que produce la inclusión expresa de la restricción en cuestión en el contrato escrito. Por supuesto, las restricciones especialmente graves pueden ser prohibiciones puras y simples, pero también limitaciones, desincentivos económicos, presiones u obstáculos a ciertas actividades o transacciones. En los considerandos 12 a 26 se brindan algunos de los muchos ejemplos posibles de acuerdos o prácticas que de forma indirecta pueden constituir restricciones especialmente graves a efectos del Reglamento⁶¹.

Por ejemplo, varias disposiciones o prácticas enumeradas en los considerandos 16 y 17 pueden constituir restricciones especialmente graves al restringir de forma indirecta las ventas activas o pasivas de un distribuidor.

(...)

Considerando lo siguiente:

(...)

- (16) Los límites impuestos por los proveedores a las ventas del distribuidor a cualquier usuario final en otros Estados miembros —por ejemplo, al hacer depender la remuneración del distribuidor o el precio de compra del destino de los vehículos o del lugar de residencia de los usuarios finales— equivale a una restricción indirecta de las ventas. Otros ejemplos de restricción indirecta de las ventas son las cuotas de suministro basadas en un territorio de ventas que no sea el mercado común, independientemente de si éstas se combinan con objetivos de ventas. Los sistemas de primas basados en el destino de los vehículos o en cualquier forma de abastecimiento discriminatorio del producto a los distribuidores, ya sea por escasez del producto o por otra

⁵⁸ Directrices relativas a las restricciones verticales, punto 46.

⁵⁹ Letras a), f), g), h), j), k) y l) del apartado 1 del artículo 4.

⁶⁰ Letras b), c), d), e) e i) del apartado 1 del artículo 4.

⁶¹ Véanse también los ejemplos recogidos en la pregunta 6.

causa, también supone una restricción indirecta de las ventas.

(...)

- (17) Los acuerdos verticales que no obliguen a los talleres de reparación autorizados de un sistema de distribución del proveedor a ofrecer garantías, realizar servicios gratuitos y efectuar servicios de llamada a revisión para cualquier vehículo de motor de la marca de que se trate vendido en el mercado común suponen una restricción indirecta de las ventas y no se beneficiarán de la exención. (...) Asimismo, con el fin de permitir a los distribuidores la venta de vehículos de motor en todo el mercado común, la exención sólo se aplicará a los acuerdos de distribución que obliguen a los talleres de reparación de la red del proveedor a prestar los servicios de reparación y mantenimiento para los bienes contractuales y los bienes correspondientes, cualquiera que sea el lugar de venta de los mismos en el mercado común.

(...)

Pregunta 12: ¿Qué son las ventas activas y las ventas pasivas?

Por ventas "activas" se entiende la captación activa de clientes individuales, por ejemplo mediante envíos de correo publicitario o visitas o a través de publicidad en medios de comunicación o de otras actividades promocionales que no suelen estar disponibles o en circulación en el establecimiento autorizado de un concesionario o taller de reparación⁶², o bien mediante el establecimiento de un almacén o un punto de venta o entrega en otro establecimiento para facilitar las transacciones con los consumidores o sus intermediarios.

Por ventas "pasivas" se entiende el hecho de atender a los clientes, o a sus intermediarios debidamente autorizados, que de forma espontánea se dirijan a un distribuidor, lo cual incluye la entrega de vehículos de motor o recambios a dichos clientes o intermediarios. Entre los métodos de venta pasiva figuran la publicidad general o las promociones en medios de comunicación que suelen estar disponibles o en circulación en el establecimiento autorizado del concesionario o del taller de reparación o en internet.

⁶² En un sistema de distribución basado en la exclusividad territorial, se considera que el establecimiento es su territorio exclusivo.

4.5. Condiciones específicas (artículo 5)

Artículo 5

Condiciones específicas

1. Por lo que se refiere a la venta de vehículos de motor nuevos, los servicios de reparación y mantenimiento o los recambios, la exención no se aplicará a ninguna de las siguientes obligaciones contenidas en los acuerdos verticales:
 - a) Cualquier obligación inhibitoria de la competencia, directa o indirecta;
 - b) Cualquier obligación directa o indirecta que limite la capacidad de un taller de reparación autorizado para prestar servicios de reparación y mantenimiento para los vehículos de proveedores competidores;
 - c) Cualquier obligación directa o indirecta que impida que los miembros de un sistema de distribución vendan vehículos de motor o recambios de proveedores competidores concretos o presten servicios de reparación y mantenimiento para los vehículos de motor de proveedores competidores concretos;
 - d) Cualquier obligación directa o indirecta que impida al distribuidor o al taller de reparación autorizado, tras la resolución del acuerdo, producir, comprar, vender o revender vehículos de motor o prestar servicios de reparación o mantenimiento.
2. Por lo que se refiere a la venta de vehículos de motor nuevos, la exención no se aplicará a ninguna de las siguientes obligaciones contenidas en los acuerdos verticales:
 - a) Cualquier obligación directa o indirecta que impida al minorista vender servicios de arrendamiento financiero relacionados con bienes contractuales o los bienes correspondientes;
 - b) Cualquier obligación directa o indirecta impuesta a cualquier distribuidor de turismos o vehículos comerciales ligeros dentro de un sistema de distribución selectiva que limite su capacidad para establecer puntos de venta o de entrega adicionales en otros lugares del mercado común en los que aplique la distribución selectiva.
3. Por lo que se refiere a los servicios de reparación y mantenimiento o a la venta de recambios, la exención no se aplicará a ninguna obligación directa o indirecta relacionada con el lugar de establecimiento de un taller de reparación autorizado en el que se aplique la distribución selectiva.

El artículo 5 contiene una lista de siete obligaciones específicas que no pueden acogerse a la exención en virtud del Reglamento. Cuando dichas obligaciones puedan separarse del resto del acuerdo, la parte restante del acuerdo sigue beneficiándose de la exención por categorías. Las condiciones específicas excluyen tanto los medios directos como los indirectos para alcanzar el resultado anticompetitivo de dichas obligaciones.

4.5.1. Ventas multimarca

El Reglamento tiene el objetivo de garantizar el acceso a los mercados y de brindar en particular a los distribuidores y talleres de reparación la oportunidad de vender y reparar vehículos de diferentes proveedores, es decir, de realizar "ventas multimarca". El artículo 5 excluye las obligaciones contrarias a este objetivo de la exención por categorías. Por lo que respecta a la venta de vehículos, los servicios de reparación y mantenimiento o los recambios, el Reglamento no cubre ninguna obligación inhibitoria de la competencia, ni directa ni indirecta. En muchos casos, la prestación de servicios de reparación y mantenimiento de vehículos de motor de una marca determinada no entra en competencia con la prestación de esos mismos servicios a una marca diferente. Por ello, para permitir

que los talleres autorizados reparen vehículos de diferentes marcas, la condición específica que excluye las obligaciones inhibitorias de la competencia se complementa con otra condición que excluye de la exención por categorías cualquier obligación que limite la facultad de los talleres de reparación autorizados para prestar dichos servicios a los vehículos de proveedores competidores⁶³.

Artículo 1

Definiciones

1. A efectos del presente Reglamento, se entenderá por:

(...)

- b) "Obligación inhibitoria de la competencia", toda obligación directa o indirecta que prohíba al comprador fabricar, adquirir, vender o revender bienes o servicios que compitan con los bienes o servicios contractuales, o toda obligación, directa o indirecta, que exija al comprador adquirir al proveedor o a otra empresa designada por éste más del 30 % del total de sus compras de bienes contractuales, bienes o servicios correspondientes y sus sustitutos en el mercado de referencia, calculadas sobre la base del valor de sus compras en el año natural precedente. La obligación de que el distribuidor venda los vehículos de motor de otros proveedores en zonas específicas para cada marca en su sala de exposición con el fin de evitar confusión entre las mismas no constituye una obligación inhibitoria de la competencia a efectos del presente Reglamento. La obligación de que el distribuidor tenga personal de venta específico para cada marca de vehículos de motor constituye una obligación inhibitoria de la competencia a efectos del presente Reglamento, a menos que el distribuidor decida tener personal de venta específico para cada marca y que el proveedor pague todos los costes adicionales en que se incurra. (...)

Las obligaciones inhibitorias de la competencia son, en particular, aquéllas que supeditan explícitamente los beneficios o incentivos al hecho de que el miembro de la red venda únicamente los productos del proveedor o no venda productos que entren en competencia con los productos contractuales.

El Reglamento excluye las obligaciones directas o indirectas que impongan a los distribuidores y los talleres de reparación la compra de más del 30% de sus vehículos o recambios pertenecientes al mismo mercado de referencia a un único proveedor. No obstante, esto no significa que el distribuidor o el taller de reparación tenga que comprar dicha cantidad (hasta el 30% de sus compras) directamente al proveedor. También puede comprar los mismos productos a otras fuentes designadas por el proveedor, como, por ejemplo, cualquier otra empresa del sistema de distribución. La exención por categorías cubre aquellas obligaciones o requisitos generales que objetivamente no impidan que los miembros de la red de un proveedor compren el 70% de sus bienes o servicios intercambiables a otros proveedores que produzcan productos competidores⁶⁴. En la medida en que el acceso al mercado no esté cerrado a los proveedores competidores, dichas obligaciones no deberían dar lugar a problemas de competencia. Por ejemplo, los descuentos de fidelidad aplicados a partir de una proporción determinada (mayor del

⁶³ Letras a) y b) del apartado 1 del artículo 5.

⁶⁴ Letras b) y c) del apartado 1 del artículo 4.

30%) de las adquisiciones de un comprador constituirían una obligación inhibitoria de la competencia indirecta, mientras que la aplicación de un baremo de precios decrecientes basado en los volúmenes absolutos de compras y vinculado a unas economías de escala no constituiría tal obligación inhibitoria. Los litigios sobre si las obligaciones inhibitorias de la competencia directas o indirectas perjudican la venta de diferentes marcas en determinados casos específicos pueden someterse a una tercera parte independiente o a un mediador⁶⁵.

Pregunta 13: ¿El límite máximo del 30% de las compras anuales impide a los compradores adquirir los productos a un solo proveedor?

No. La obligación inhibitoria de la competencia se refiere a la libertad de un distribuidor o taller de reparación para comprar o revender productos competidores. El Reglamento sólo establece que la exención por categorías no se aplica a las obligaciones directas o indirectas que induzcan u obliguen al proveedor a comprar más del 30% de su demanda de un tipo de producto particular a un único distribuidor. El límite del 30% impuesto a las obligaciones inhibitorias de la competencia directas o indirectas debería, por tanto, permitir a los miembros de la red que lo deseen comprar y vender productos de al menos tres proveedores competidores. Esto no impide que se aplique la exención si el distribuidor o el taller de reparación elige libremente vender productos de un único proveedor.

Pregunta 14: ¿Un proveedor puede imponer condiciones específicas para la venta de sus vehículos de motor por un distribuidor multimarca?

La exención por categorías ya no cubre las obligaciones relativas a la venta de vehículos de motor competidores que permitía el Reglamento 1475/95, tales como tener locales de venta y administración separadas para cada marca, o vender cada marca a través de una entidad legal distinta⁶⁶. No obstante, el Reglamento cubre el requisito de vender los vehículos de diferentes marcas en zonas separadas de una misma sala de exposición. También cubre las situaciones en las que el concesionario decide tener personal de venta específico para cada marca y el proveedor se hace cargo de pagar todos los costes adicionales resultantes⁶⁷. Sin embargo, el Reglamento no cubre la concesión de ninguna ventaja que vaya más allá del coste real incurrido por disponer de dicho personal. El Reglamento también cubre la obligación de exponer toda la gama de vehículos en la sala de exposición, siempre que dicha obligación no impida o dificulte injustificadamente la exposición o venta de vehículos de motor de otros proveedores⁶⁸.

⁶⁵ Letra e) del apartado 6 del artículo 3.

⁶⁶ Apartado 3 del artículo 3 del Reglamento 1475/95.

⁶⁷ Letra b) del apartado 1 del artículo 1.

⁶⁸ Considerando 27.

Pregunta 15: ¿El Reglamento cubre las obligaciones inhibitorias de la competencia aceptadas por el comprador a cambio de que el proveedor le conceda préstamos o invierta directamente en sus locales comerciales o en su equipamiento?

A diferencia de lo que ocurre en el Reglamento 2790/1999⁶⁹, el Reglamento no cubre ni las obligaciones inhibitorias de la competencia de cierta duración ni hace ninguna excepción por lo que respecta a los bienes vendidos o los servicios prestados en locales y terrenos propiedad del proveedor o alquilados por éste. Tampoco cubre las inversiones parciales en dichos locales o equipamiento o la financiación utilizada por el proveedor para obstaculizar la venta de marcas o productos competidores. No obstante, no se consideran obligaciones inhibitorias de la competencia los préstamos comerciales para la compra de, por ejemplo, lubricantes, siempre y cuando estos préstamos puedan ser devueltos en cualquier momento y no dificultan ni directa ni indirectamente que el comprador venda productos competidores.

4.5.2. Lugar de establecimiento de los distribuidores o talleres de reparación autorizados de un sistema de distribución selectiva

El Reglamento no cubre ninguna restricción de la libertad de un taller de reparación autorizado de establecerse en la zona del mercado común en la que se practique la distribución selectiva, ya sea ésta cuantitativa o cualitativa⁷⁰. Además, a partir del 1 de octubre de 2005, el Reglamento ya no cubrirá ninguna restricción a la libertad de los distribuidores autorizados de turismos o vehículos comerciales ligeros para establecer puntos de venta o entrega en la zona del mercado común en la que se practique la distribución selectiva, ya sea cuantitativa o cualitativa. Consecuentemente, el uso de cláusulas relativas al lugar de establecimiento en los acuerdos de distribución de dichos vehículos será incompatible con el Reglamento.

⁶⁹ Letra a) del artículo 5 y letra b) del apartado 1 del artículo 1.

⁷⁰ Apartado 3 del artículo 5. Véanse también las definiciones de la distribución selectiva, letras f), g) y h) del apartado 1 del artículo 1.

Artículo 1

Definiciones

1. A efectos del presente Reglamento, se entenderá por:

(...)

- o) "Turismo", un vehículo de motor destinado al transporte de pasajeros que no conste de más de ocho asientos, además del asiento del conductor.
- p) "Vehículo comercial ligero", un vehículo de motor destinado al transporte de mercancías o pasajeros con una masa máxima que no supere las tres toneladas y media; en el caso de que también se venda un vehículo comercial ligero en una versión que cuente con una masa máxima superior a las tres toneladas y media, se considerará que todas las versiones de ese vehículo son vehículos comerciales ligeros. (...)

Pregunta 16: ¿Cuáles son los tipos de vehículos para cuya distribución el Reglamento sigue autorizando la inclusión de cláusulas de establecimiento?

La libertad de establecer puntos de venta adicionales se aplica a la venta a través de una red de distribución selectiva de turismos y vehículos comerciales ligeros con una masa máxima que no supere las tres toneladas y media. Si los distribuidores de vehículos comerciales de un sistema de distribución selectiva venden modelos de vehículos comerciales ligeros que existen en versiones de mayor y menor masa que la máxima de tres toneladas y media, las cláusulas de establecimiento para estos modelos tampoco están cubiertas por el Reglamento. No obstante, se permiten las cláusulas de establecimiento que restrinjan la apertura de puntos de venta adicionales para otros vehículos de motor como, por ejemplo, camiones y autobuses⁷¹.

Pregunta 17: ¿Es posible que las obligaciones contrarias a las condiciones específicas del Reglamento cumplan las condiciones de un exención individual?

Las condiciones específicas establecidas en el Reglamento son más numerosas y estrictas que las disposiciones correspondientes del Reglamento 2790/1999 o que las de los reglamentos de exención por categorías anteriores en el sector de los vehículos de motor, es decir, los Reglamentos 1475/95 y 123/85⁷². Para garantizar que se cumplan los requisitos del apartado 3 del artículo 81, las condiciones específicas establecidas en el artículo 5 excluyen varias obligaciones que están o estaban exentas en los otros reglamentos. Al situar los acuerdos verticales en el sector de los vehículos de motor en un marco legal más estricto, el Reglamento indica que las obligaciones contrarias al artículo 5 pueden conllevar serios problemas de competencia que sólo podrán ser evaluados individualmente. Se incita a las empresas a que lleven a cabo su propia evaluación

⁷¹ Véase la letra d) del apartado 1 del artículo 4 y la letra b) del apartado 2 del artículo 5 en lo relativo a los turismos y vehículos comerciales ligeros y la letra e) del apartado 1 del artículo 4 para otros vehículos de motor.

⁷² Véanse los considerandos 1a 4.

apoyándose, si lo desean, en la Directrices relativas a las restricciones verticales, que indican la política que sigue la Comisión en la evaluación de casos individuales⁷³.

4.6. Retirada del beneficio de la exención por categorías (artículo 6)

Artículo 6

Retirada del beneficio del Reglamento

1. Con arreglo al apartado 1 del artículo 7 del Reglamento n° 19/65/CEE, la Comisión podrá retirar el beneficio de la aplicación del presente Reglamento si comprobara que, en un caso determinado, los acuerdos verticales a los que se aplica el presente Reglamento surten, no obstante, efectos incompatibles con las condiciones establecidas por el apartado 3 del artículo 81 del Tratado, y en particular cuando:
 - a) el acceso al mercado de referencia o la competencia en éste se vean limitados significativamente por el efecto acumulativo de redes paralelas de restricciones verticales similares aplicadas por proveedores o compradores competidores, o
 - b) la competencia esté limitada en un mercado en el que un proveedor no esté expuesto a una verdadera competencia por parte de otros proveedores, o
 - c) los precios o las condiciones de suministro de los bienes contractuales o de los bienes correspondientes difieran sustancialmente de un mercado geográfico a otro, o
 - d) en los casos en que se apliquen precios o condiciones de venta discriminatorios dentro de un mercado geográfico.
2. Cuando, en un caso concreto, los acuerdos verticales a los que se aplique la exención surtan efectos incompatibles con las condiciones previstas en el apartado 3 del artículo 81 del Tratado en el territorio de un Estado miembro, o en una parte de él, que reúna todas las características propias de un mercado geográfico separado, la autoridad pertinente de dicho Estado miembro podrá retirar el beneficio de la aplicación del presente Reglamento con respecto a dicho territorio, en las mismas condiciones que las establecidas en el apartado 1.

La Comisión, y en ciertos casos la autoridad competente de un Estado miembro, puede retirar el beneficio de la exención a un acuerdo concreto si considera que, debido a circunstancias específicas, no se cumplen las condiciones para la exención establecidas en el apartado 3 del artículo 81.

Pregunta 18: ¿En qué casos puede la Comisión retirar el Reglamento?

El artículo 6 contiene una lista no exhaustiva de casos en los que la Comisión puede decidir utilizar su prerrogativa de retirar el beneficio de la exención por categorías a ciertos acuerdos verticales. Esta lista da una idea a los proveedores y distribuidores de cuáles son las circunstancias o comportamientos que pueden llevar a la Comisión a retirar la exención por categorías. No obstante, los niveles concretos en los que, por ejemplo, el acceso restringido a un mercado de referencia o la competencia efectiva en el mismo pueden provocar el incumplimiento de una o varias de las cuatro condiciones acumulativas del apartado 3 del artículo 81 sólo pueden establecerse estudiando cada caso de forma individual. Las Directrices relativas a las restricciones verticales de la Comisión contienen

⁷³ Directrices relativas a las restricciones verticales, sección VI. Orientaciones para la evaluación de los casos individuales.

información sobre el procedimiento y los motivos de la retirada por parte de la Comisión y de los Estados miembros ⁷⁴.

4.7. Inaplicación en un mercado de referencia (artículo 7)

Artículo 7

No aplicación del Reglamento

1. Con arreglo al [artículo 1 bis] del Reglamento n° 19/65/CEE, la Comisión podrá declarar mediante reglamento que, cuando existan redes paralelas de restricciones verticales similares que abarquen más del 50 % de un mercado de referencia, el presente Reglamento no se aplicará a los acuerdos verticales que contengan restricciones específicas relativas a dicho mercado.
2. Los reglamentos que se adopten con arreglo al apartado 1 no serán aplicables antes de un plazo de un año a partir de su adopción.

Pregunta 19: ¿En qué casos el Reglamento puede ser inaplicable en un mercado de referencia?

Si existe un efecto acumulativo, el Reglamento autoriza, aunque no obliga, a la Comisión a declarar la no aplicación de la exención por categorías a ciertas restricciones verticales. El hecho de que unas redes paralelas de restricciones verticales similares abarquen más del 50% de un mercado de referencia no tiene por qué desencadenar la inaplicabilidad del Reglamento. El Reglamento tampoco tiene que ser necesariamente declarado inaplicable a un acuerdo vertical en su conjunto, sino que puede serlo a determinadas restricciones o estipulaciones específicas.

Por ejemplo, si más del 50% de los proveedores de un mercado de referencia establecieran el número total exacto de sus distribuidores mediante la explotación de sistemas de distribución selectiva cuantitativa con el objetivo claro de impedir que determinadas categorías de distribuidores capaces de vender adecuadamente los vehículos en cuestión puedan tener acceso al mercado, esto podría derivar en una menor competencia entre marcas y dentro de una misma marca y llevar a un aumento de precios para los consumidores. La no aplicación del Reglamento a restricciones que limiten el número de distribuidores puede estar en el interés de los consumidores. Si la exención por categorías sólo fuera declarada inaplicable en relación con este criterio cuantitativo, ello significaría que la exención seguiría aplicándose a la distribución selectiva y a criterios de selección cuantitativos, como las obligaciones de venta mínima, que limitan el número de distribuidores por vías menos directas.

Al igual que ocurre con el Reglamento 2790/1999, la no aplicación requiere la adopción de un reglamento específico que establezca la inaplicación de la exención por categorías a las restricciones verticales en cuestión. Las Directrices relativas a las restricciones verticales de la Comisión facilitan información sobre el procedimiento y los motivos de la

⁷⁴ Directrices relativas a las restricciones verticales, sección IV, puntos 71 a 79.

inaplicación⁷⁵. Sin embargo, un reglamento específico de inaplicación del Reglamento no puede ser aplicable antes de que haya pasado un año desde su adopción⁷⁶.

4.8. Entrada en vigor y período transitorio (artículos 12 y 10)

Artículo 12

Entrada en vigor y expiración

1. El presente Reglamento entrará en vigor el 1 octubre de 2002.
2. La letra b) del apartado 2 del artículo 5 será aplicable a partir del 1 de octubre de 2005.
3. El presente Reglamento expirará el 31 de mayo de 2010.

Artículo 10

Período transitorio

La prohibición establecida en el apartado 1 del artículo 81 no se aplicará durante el periodo comprendido entre el 1 de octubre de 2002 y el 30 de septiembre de 2003 a los acuerdos ya vigentes el 30 de septiembre de 2002 que no cumplan los requisitos de exención establecidos en la exención, pero sí los previstos en el Reglamento (CE) n° 1475/95.

El Reglamento es aplicable entre el 1 de octubre de 2002 y el 31 de mayo de 2010. Los nuevos acuerdos que entren en vigor a partir del 1 de octubre de 2002 tendrán que ser compatibles con el nuevo Reglamento para que se aplique la exención por categorías. No obstante, para permitir que todos los operadores tengan tiempo de adaptar los acuerdos verticales actuales compatibles con el Reglamento 1475/95 y que seguirán en vigor una vez que la exención establecida en el Reglamento 1475/95 expire el 30 de septiembre de 2002, dichos acuerdos se benefician de un período transitorio hasta el 30 de septiembre de 2003, durante el cual el nuevo Reglamento los exime de la prohibición establecida en el apartado 1 del artículo 81⁷⁷. Si estos acuerdos subsisten el 1 de octubre de 2003 y entran en conflicto con la aplicación del Reglamento, el artículo 10 ya no los eximirá de la prohibición establecida en el apartado 1 del artículo 81. En la práctica, estos acuerdos y todas sus disposiciones pertinentes deberán cumplir los requisitos del Reglamento antes del 1 de octubre de 2003 si quieren beneficiarse de la exención por categorías.

Pregunta 20: ¿Cómo podrá efectuarse la resolución de los contratos que se ajustan al Reglamento 1475/85 durante el período transitorio?

El Reglamento 1475/95 sólo se aplicaba si, entre otras cosas, se daba a los concesionarios un preaviso mínimo de dos años, o de un año en los casos de compensación o reorganización de toda la red o de una parte importante de la misma. En caso de desacuerdo, los litigios se sometían a un tercero experto o un mediador o a un órgano

⁷⁵ Directrices relativas a las restricciones verticales, sección IV, puntos 80 a 89.

⁷⁶ En vez de los seis meses establecidos en el Reglamento 2790/1999.

⁷⁷ Véase el apartado 5.3.8.

jurisdiccional competente para que resolviera de acuerdo con la legislación nacional⁷⁸. La expiración del Reglamento 1475/95, que se producirá el 30 de septiembre de 2002, y su sustitución por un nuevo Reglamento no implica en sí que tenga que haber una reorganización de la red. Sin embargo, tras la entrada en vigor del Reglamento, un fabricante de vehículos puede decidir reorganizar considerablemente su red⁷⁹. Para ajustarse al Reglamento 1475/95 y, por tanto, beneficiarse del período transitorio, los preavisos de resolución de un contrato normal deben darse con dos años de antelación, a no ser que se opte por una reorganización o que exista la obligación de pagar una compensación.

Pregunta 21: Durante el período transitorio, ¿hay algún tipo de conflicto entre los derechos concedidos por acuerdos que se ajustan al nuevo Reglamento y los concedidos por acuerdos que se ajustan al Reglamento 1475/95, sobre todo en lo que respecta a las innovaciones introducidas por el nuevo Reglamento?

No. La protección automática otorgada por el período transitorio debería asegurar que el Reglamento no pondrá en tela de juicio, antes del 1 de octubre de 2003, los derechos u obligaciones que existían el 30 de septiembre de 2002. Hasta el 30 de septiembre de 2003, la prohibición establecida en el apartado 1 del artículo 81 no se aplica a los "antiguos acuerdos" que cumplan dos condiciones acumulativas, a saber que sus disposiciones expresas pertinentes i) estén en vigor el 30 de septiembre de 2002 y ii) cumplan las condiciones para la exención establecidas en el Reglamento 1475/95.

Pregunta 22: ¿Es posible que los derechos de un distribuidor en un territorio concreto pongan en cuestión la designación de un taller de reparación autorizado para una determinada marca durante el período transitorio?

Sólo en determinadas circunstancias. Por ejemplo, el 19 de diciembre de 2002, un taller de reparación desea ser designado taller autorizado de una marca en concreto en un territorio determinado en el que el proveedor aplica una distribución selectiva cualitativa, y quiere que el proveedor le proporcione recambios para esa marca. Si un acuerdo que estaba en vigor el 30 de septiembre de 2002 y sigue estándolo el 19 de diciembre de 2002 estipula expresamente que sólo se proporcionarán recambios de una marca concreta a un solo concesionario del sistema de distribución en el territorio en cuestión⁸⁰, el taller de reparación no podrá alegar antes del 1 de octubre de 2003 que dicha estipulación infringe el artículo 81.

Pregunta 23: ¿Se puede prohibir a los concesionarios que se hagan cargo de otras marcas adicionales durante el período transitorio?

Sólo en determinadas circunstancias. Por ejemplo, el 1 de enero de 2003, un distribuidor de la marca A desea vender vehículos de motor nuevos de la marca B en los únicos locales

⁷⁸ Puntos 2 y 3 del apartado 2 del artículo 5 del Reglamento 1475/95.

⁷⁹ Véase el apartado 5.3.8.

⁸⁰ Véase el apartado 3 del artículo 5 del nuevo Reglamento y el artículo 1 del Reglamento 1475/95.

que posee, en los que vende vehículos de motor nuevos de la marca A. Si el acuerdo que tiene con el fabricante A, que estaba en vigor el 30 de septiembre de 2002 y sigue estándolo el 1 de enero de 2003, le impide expresamente que venda diferentes marcas en los mismos locales⁸¹, el distribuidor no puede alegar antes del 1 de octubre de 2003 que esa estipulación infringe el artículo 81. No obstante, el fabricante A no puede oponerse al uso de los mismos locales de venta a no ser que el acuerdo anterior contenga disposiciones expresas a tal efecto.

Pregunta 24: La integración en el ámbito de aplicación del Reglamento de productos adicionales, como lubricantes, y de acuerdos adicionales, como los concluidos por mayoristas de piezas, ¿da lugar durante el período transitorio a conflictos con el régimen que se aplicaba anteriormente a dichos productos y acuerdos en virtud del Reglamento 2790/1999?

No. Los acuerdos relativos a productos o servicios que no entraban en el ámbito de aplicación del Reglamento 1475/95 y que cumplen las condiciones de exención establecidas en el Reglamento de exención por categorías 2790/1999 no constituirán, en circunstancias normales, una prioridad para la aplicación por la Comisión del nuevo Reglamento durante el período transitorio establecido en el artículo 10. Es probable que dichos acuerdos puedan beneficiarse, durante ese período, de exenciones individuales. El 30 de septiembre de 2003, una vez que haya vencido el período transitorio, estarán en la misma situación que los productos y acuerdos que entraban en el ámbito de aplicación del Reglamento 1475/95 (véase más arriba).

4.9. Examen e informe de evaluación (artículo 11)

Artículo 11

Examen e informe de evaluación

1. La Comisión examinará regularmente la aplicación del presente Reglamento, en particular en lo relativo a sus efectos sobre:
 - a) la competencia en el sector de la distribución de vehículos de motor y servicios posventa en el mercado común, o en partes pertinentes del mismo;
 - b) la estructura y nivel de concentración de la distribución de vehículos de motor y los efectos en la competencia que pudieran derivarse.
2. La Comisión elaborará un informe sobre el presente Reglamento antes del 31 de mayo de 2008, teniendo en cuenta, en particular, las condiciones establecidas en el apartado 3 del artículo 81.

La Comisión examinará regularmente la aplicación del presente Reglamento, en particular en lo relativo a sus efectos sobre la competencia en el sector de la distribución de vehículos de motor y servicios posventa en el mercado común, o en partes pertinentes del mismo⁸². Esto implicará el examen periódico de las diferencias de precios en el mercado

⁸¹ Véase la letra a) del apartado 1 del artículo 5 y la letra b) del apartado 1 del artículo 1 del nuevo Reglamento y el apartado 3 del artículo 3 del Reglamento 1475/95.

⁸² Véase el considerando 38.

único y, de ser necesario, se procederá a investigaciones concretas sobre las circunstancias mencionadas en los artículos 6 y 7 del Reglamento. La Comisión vigilará, asimismo, los efectos del presente Reglamento en la estructura y nivel de concentración de la distribución de vehículos de motor y los efectos en la competencia que pudieran derivarse. En el contexto de la futura aplicación descentralizada del artículo 81, cabe esperar que esta evaluación se lleve a cabo en estrecha colaboración con las autoridades nacionales de competencia.

Al igual que en el caso del Reglamento 1475/95, la Comisión procederá a una evaluación del funcionamiento del Reglamento y elaborará un informe antes del 31 de mayo de 2008.

5. DERECHOS, OBLIGACIONES Y OPORTUNIDADES CONCEDIDAS POR EL REGLAMENTO

Este capítulo pasa revista al Reglamento, utilizando un formato de "pregunta y respuesta", desde la perspectiva de varias categorías de partes interesadas, incluidos los consumidores. En la medida de lo posible, se hace referencia a otras partes de esta guía, en las que el lector podrá encontrar una explicación más técnica de los temas en cuestión.

5.1. Consumidores: aumentar la elección del consumidor con arreglo a los principios del mercado único

El objetivo principal de la política de la Comisión en el sector de los vehículos de motor es aumentar los beneficios que los sistemas de distribución aportan al consumidor. El Reglamento 1400/2002 fomenta la elección del consumidor al aumentar la competencia en la venta de vehículos, servicios posventa y reparaciones y venta de recambios.

A pesar de que el Reglamento no tiene el objetivo de conseguir una armonización de los precios, contiene una serie de medidas que facilitan que los consumidores ejerzan su derecho en el mercado único, se beneficien de las diferencias de precios entre los distintos Estados miembros y compren su vehículo donde más les convenga. En particular, ya no estarán cubiertas por la exención por categorías la mayoría de las restricciones relativas al recurso de los consumidores a intermediarios. Además, al promover las ventas activas y la apertura de puntos de venta adicionales y aclarar la situación respecto del uso de internet, las nuevas normas facilitan que los distribuidores vendan a los consumidores en el lugar que deseen dentro del mercado único. La cláusula de disponibilidad, que en el anterior Reglamento 1475/95 permitía a los consumidores comprar un coche con las especificaciones de su propio país en otro Estado miembro, incluida la compra de coches con el volante a la derecha en la Europa continental, también se ha incorporado en las nuevas normas. La cláusula de disponibilidad establecida en la letra f) del apartado 1 del artículo 4 del Reglamento 1400/2002 cubre todos los vehículos de motor, incluidos los vehículos comerciales ligeros vendidos en cualquier parte del mercado común.

Al eximir únicamente aquellos acuerdos que obligan a los talleres de reparación autorizados a reparar vehículos vendidos por cualquier concesionario del sistema de distribución, el Reglamento garantiza que un consumidor pueda llevar su vehículo a cualquier taller de reparación autorizado de la Unión Europea para que lo reparen y revisen. El Reglamento también contiene medidas destinadas a garantizar que los consumidores puedan seguir llevando sus coches a talleres independientes para realizar las reparaciones y el mantenimiento y que se preserve la seguridad y el medio ambiente.

Muchas de estas medidas se explican en otras secciones de esta guía, dado que tienen un impacto más directo en otros tipos de operadores. A continuación figura una serie de preguntas y asuntos que interesan más directamente al consumidor.

5.1.1. Venta

Pregunta 25: ¿El consumidor tiene la libertad de comprar un vehículo en el lugar del mercado único que considere más oportuno?

Uno de los logros fundamentales de la Unión Europea es la libertad que tiene el consumidor de comprar en cualquier lugar del mercado único, y el Reglamento refuerza el derecho de comprar un vehículo de motor en otro Estado miembro. Ningún fabricante, importador o distribuidor regional puede impedir que un concesionario venda a cualquier consumidor que lo contacte directamente, a través de un intermediario o a través de internet. Si un proveedor ordenara a un concesionario que no vendiera a los consumidores de otros Estados miembros, intentara disuadirlo o le impusiera cualquier tipo de restricción sobre las ventas a dichos consumidores, esta práctica se consideraría una restricción grave de la competencia y, por tanto, la exención por categorías no cubriría los acuerdos de distribución del proveedor. En los últimos años, la Comisión ha descubierto diversas infracciones a las normas de competencia de la CE que conllevaban restricciones de las ventas a consumidores extranjeros y multas a las empresas implicadas⁸³.

Pregunta 26: ¿Un concesionario de otro Estado miembro puede negarse a vender un coche a un consumidor?

En principio, el sentido comercial incitará a los concesionarios a vender tantos coches como sea posible, ya que sus beneficios aumentan con las ventas. No obstante, un concesionario (llamado "distribuidor" en el Reglamento), al igual que un minorista de otros productos, puede negarse a vender a un consumidor, siempre que esta decisión sea por iniciativa propia y no responda a las instrucciones de un proveedor. Si un proveedor⁸⁴ diera instrucciones a sus concesionarios para que no vendieran a los consumidores de otros Estados miembros o intentara disuadirlos⁸⁵, esta práctica se consideraría una restricción grave de la competencia y probablemente una infracción del artículo 81 del Tratado CE.

Pregunta 27: Si un consumidor encarga un vehículo a un concesionario de otro Estado miembro ¿tiene que esperar más tiempo para que se ejecute su pedido?

Normalmente, los plazos deberían ser los mismos que si se encargara ese vehículo en la versión local. Si se demostrara que un proveedor ha demorado excesivamente el plazo de entrega de vehículos a los concesionarios que iban a venderlos a consumidores extranjeros para disuadir a los consumidores de comprar en otro Estado miembro, este hecho se consideraría una restricción grave de la competencia. Si, pongamos por ejemplo, un consumidor danés encarga un coche con volante a la izquierda, cristales tintados, motor de 16 válvulas y techo solar a un distribuidor irlandés, el plazo de entrega⁸⁶ debería ser

⁸³ Decisiones de la Comisión por las que se imponen multas a Volkswagen (1998 y 2001), Opel (2000) y DaimlerChrysler (2001). Véase el anexo para las referencias exactas de estas decisiones.

⁸⁴ Es decir, el fabricante, el importador o el distribuidor regional.

⁸⁵ Por ejemplo, restringiendo el suministro de vehículos.

⁸⁶ Véase la letra f) del apartado 1 del artículo 4.

similar al de un consumidor irlandés que encargara un coche del mismo modelo, con volante a la derecha, motor de 16 válvulas y techo solar al mismo proveedor. Cualquier demora en el plazo de entrega debe poder justificarse.

Pregunta 28: ¿El proveedor tiene derecho a hacer esperar a un consumidor de otro Estado miembro antes de entregarle un certificado de conformidad?

No. Los proveedores deben poner sistemáticamente a disposición del concesionario toda la documentación relacionada con el certificado de conformidad en el momento en que se entrega el vehículo al consumidor o a su intermediario. En caso contrario, el consumidor no podrá matricular el vehículo en otro Estado miembro. Esto puede suponer una restricción indirecta de las ventas y una restricción grave de la competencia⁸⁷.

Pregunta 29: ¿Un concesionario de un sistema de distribución selectiva puede obligar a sus clientes a firmar un compromiso u otro documento en el que declaren que no revenderán el vehículo mientras esté nuevo a fin de realizar un beneficio?

Es legítimo que un proveedor que explota un sistema de distribución selectiva impida la venta a revendedores que no sean miembros de dicho sistema. Ahora bien, el consumidor es libre de vender el vehículo de motor en cualquier momento, siempre que no sea un revendedor independiente encubierto. Si un concesionario, actuando bajo las órdenes de su proveedor, tomara medidas para impedir que un comprador revendiera el vehículo por una razón distinta a la de obtener un beneficio⁸⁸ o para impedir que lo revendiera cuando ya no fuera nuevo, esto se consideraría una restricción indirecta de las ventas.

Pregunta 30: ¿Qué ocurre si un concesionario le dice a un consumidor o a un intermediario que intenta comprar un coche en otro Estado miembro que no puede pedir el modelo en cuestión con las especificaciones que existen en el país del consumidor o que no puede conseguir un presupuesto para ese vehículo?

Los proveedores deben proporcionar a los concesionarios vehículos de motor fabricados conforme a las especificaciones vigentes en otros Estados miembros⁸⁹. Si un proveedor no cumpliera este requisito, estaría cometiendo una restricción grave de la competencia y violando los derechos del consumidor en el mercado único. Sin embargo, un proveedor puede negarse a suministrar ese vehículo si el concesionario no vende esa variante del modelo en cuestión o, dicho con otras palabras, si el vehículo no se corresponde con ningún modelo de la gama contractual del distribuidor⁹⁰.

⁸⁷ Letras b), d) y e) del apartado 1 del artículo 4.

⁸⁸ Por ejemplo, si las circunstancias personales del consumidor han cambiado desde que hizo el pedido y ahora necesita un coche más grande.

⁸⁹ Véase la letra f) del apartado 1 del artículo 4.

⁹⁰ Por ejemplo, porque el modelo en cuestión todavía no se ha lanzado en el Estado miembro en el que se encuentra el distribuidor.

Por ejemplo, un concesionario holandés de la marca A debería poder encargar un coche con el volante a la derecha del modelo X para un consumidor del Reino Unido, a no ser que

- 1) el concesionario holandés no venda coches del modelo X, o que
- 2) los coches del modelo X no se fabriquen con el volante a la derecha.

Si el concesionario vende el modelo en cuestión, tiene que poder obtener un presupuesto de las versiones de ese modelo con las especificaciones vigentes en otros Estados miembros. Si no puede obtener un presupuesto en poco tiempo, esto podría suponer una restricción grave de la competencia por parte del proveedor.

Pregunta 31: ¿El concesionario puede cobrar un suplemento por los coches con el volante a la derecha o aplicar un recargo similar?

Los recargos, como los suplementos por los volantes a la derecha, que tienen en cuenta las diferencias en las especificaciones de los vehículos entre los Estados miembros y reflejan las diferencias en los costes de producción o distribución no restringen por sí mismos la competencia. Sin embargo, el recargo tiene que ser objetivamente justificable, sobre todo por lo que respecta a los costes adicionales reales de producción o distribución del vehículo. No existe ninguna regla general para calcular lo que sería un recargo objetivamente justificable dado que, entre otras cosas, el coste adicional de producción o distribución del vehículo en cuestión variará según el modelo.

Pregunta 32: ¿Qué ocurre si el concesionario afirma que se le ha dicho que no haga descuentos en un modelo determinado?

Los concesionarios deben ser libres de vender los vehículos por debajo del precio recomendado⁹¹ por el proveedor. Los fabricantes no pueden establecer los precios de venta ni unos precios mínimos. Si un proveedor restringe la capacidad del concesionario de ofrecer descuentos, ello se consideraría una restricción grave de la competencia⁹² y, consecuentemente, los acuerdos de distribución del proveedor no estarían cubiertos por la exención por categorías.

Pregunta 33: ¿Es lícito que un proveedor establezca un régimen especial en un Estado miembro por el que los consumidores que matriculen el coche en ese país reciban un descuento y aquéllos que lo matriculen en otro Estado miembro no puedan optar a ese descuento?

No. Ese régimen representaría una restricción de las ventas a consumidores de otros Estados miembros y una restricción grave de la competencia y, consecuentemente, los

⁹¹ O por encima del mismo, siempre que el proveedor no haya establecido un precio máximo. Véase la letra a) del apartado 1 del artículo 4.

⁹² Véase la Decisión de la Comisión, de 29.6.2001, en el asunto COMP/36.693 – Volkswagen, DO L 262 de 2.10.2001, p. 14, y el *Comunicado de prensa - IP/01/760 - 30.5.2001*. La Decisión impuso una multa por esta infracción.

acuerdos de distribución del proveedor no estarían cubiertos por la exención por categorías⁹³.

5.1.2. *Servicios posventa*

Pregunta 34: ¿El consumidor tiene que llevar su vehículo al concesionario al que se lo compró para realizar los trabajos o servicios en garantía?

No. Según el Reglamento, el consumidor debe poder llevar el vehículo a cualquier taller de reparación autorizado de la red del proveedor en cualquier lugar de la UE. El Reglamento⁹⁴ sólo exige los acuerdos con los talleres de reparación autorizados cuando el proveedor obliga a todos sus talleres autorizados a reparar todos los vehículos de la marca en cuestión, a cumplir la garantía, a llevar a cabo servicios gratuitos y operaciones de llamada a revisión, independientemente del lugar de compra del vehículo. Si el taller de reparación autorizado no puede reparar un coche que no se haya comprado en su Estado miembro, podrá contactar con el proveedor u otro taller de reparación autorizado de otro Estado miembro. El consumidor no tiene que volver a registrar la garantía en su Estado miembro para acceder a las reparaciones bajo garantía. El período de garantía empieza en el momento en el que el concesionario autorizado entrega el coche. Si un fabricante, importador, concesionario, taller de reparación u otra empresa de la red impidiera que los consumidores hicieran valer la garantía a escala comunitaria del fabricante, no se cumpliría una de las condiciones básicas para que la exención se aplique a los acuerdos en cuestión.

Pregunta 35: ¿Qué ocurre si el coche de un consumidor tiene un problema que está cubierto por la garantía pero su taller de reparación autorizado local no puede repararlo?

En esas circunstancias, es posible que el consumidor tenga que llevar el coche al concesionario que se lo vendió, como haría con cualquier otro producto⁹⁵. Otra posibilidad, si compró el coche a través de un intermediario (véase la sección 5.2), es que dé un mandato al intermediario para que lleve el vehículo al concesionario que se lo vendió.

Pregunta 36: ¿Qué ocurre si un consumidor compra un coche a un concesionario autorizado que no ofrece servicios posventa y el coche tiene una avería durante el período de garantía que el taller de reparación subcontratado por el concesionario no puede reparar?

El consumidor puede llevar el vehículo al lugar donde lo compró, como haría con cualquier otro producto. El concesionario que vendió el vehículo deberá hacer lo necesario para que se lleve a cabo la reparación o bien ofrecer al consumidor un vehículo

⁹³ Véanse las letras b) y c) del apartado 1 del artículo 4.

⁹⁴ Inciso i) de la letra b) y letra d) del apartado 1 del artículo 4 y considerando 17.

⁹⁵ Este problema se rige por el derecho contractual nacional y no por las normas de competencia comunitarias.

de recambio, aunque los derechos del consumidor dependerán del derecho contractual nacional y de las condiciones del contrato de venta⁹⁶.

Pregunta 37: Si un consumidor lleva su vehículo a un taller de reparación independiente para que realice servicios de reparación y mantenimiento durante el período de garantía, ¿el fabricante puede negarse a cumplir la garantía?

Si el consumidor acude a un taller independiente para realizar reparaciones o tareas de mantenimiento de su coche durante el período de garantía del fabricante, puede perder la garantía si el trabajo es defectuoso. No obstante, una obligación de realizar las reparaciones y el mantenimiento de un vehículo sólo en la red autorizada vulneraría el derecho del consumidor a elegir un taller independiente para que se ocupe de los servicios de reparación y mantenimiento e impediría, sobre todo en el caso de las "garantías ampliadas", que dichos talleres de reparación compitieran de forma efectiva con la red autorizada.

Pregunta 38: ¿Qué puede hacer un consumidor si considera que ha sido víctima de un comportamiento restrictivo?

Puede quejarse a la Comisión Europea o a una autoridad nacional de competencia⁹⁷. También puede presentar una demanda por daños y perjuicios ante un órgano jurisdiccional nacional, aunque esta posibilidad dependerá de las normas nacionales de procedimiento, por lo que el consumidor debería pedir asesoramiento jurídico antes de presentar la demanda.

Dado que no todos los problemas a los que se enfrentan los consumidores a la hora de comprar un vehículo en otro Estado miembro provienen de una infracción de las normas de competencia, la Comisión ha publicado en su página *web* una lista de puntos de contacto ("líneas directas") para la mayoría de los fabricantes con el objetivo de fomentar la resolución de conflictos de diversos tipos y tratar otros problemas relacionados con la compra de vehículos⁹⁸.

5.2. Intermediarios

Un intermediario o un agente es una persona o una empresa que, sin ser miembro de la red de distribución, compra un vehículo de motor nuevo en nombre del consumidor. Hay que diferenciar a los intermediarios de los revendedores, que compran un vehículo para revenderlo y no trabajan para ningún consumidor en concreto. También hay que diferenciarlos de los agentes de venta, que buscan clientes para uno o varios concesionarios. Los proveedores sólo pueden obligar a sus concesionarios a que se aseguren de que el intermediario tiene la autorización⁹⁹ del consumidor para comprar y/o

⁹⁶ Véase el considerando 17.

⁹⁷ Se puede consultar la lista de autoridades nacionales de competencia en la siguiente dirección: http://europa.eu.int/comm/competition/national_authorities/

⁹⁸ En http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/

⁹⁹ La autorización puede estar firmada a mano o de forma electrónica. Véase el considerando 14.

recoger un vehículo determinado. Por tanto, la única limitación a la actividad de un intermediario en un acuerdo cubierto por el Reglamento 1400/2002 es la obligación de éste de demostrar que cuenta con la autorización de un consumidor concreto. En la autorización ha de constar el nombre y la dirección del consumidor, y además debe estar fechada y firmada. Corresponde al consumidor decidir el grado de precisión de la autorización en lo relativo al vehículo¹⁰⁰. No pueden imponerse otros requisitos a la compra de un vehículo de motor nuevo a través de un intermediario. La Comisión ha anulado sus dos comunicaciones relativas a la actividad de los intermediarios¹⁰¹.

Pregunta 39: ¿El concesionario puede pedir al intermediario que le proporcione una fotocopia del documento de identidad de sus clientes u otro tipo de documentación¹⁰², aparte de la autorización firmada?

En algunos casos, sí. No debe olvidarse que, en un sistema de distribución selectiva, el distribuidor no puede vender vehículos de motor nuevos¹⁰³ a revendedores independientes. Por tanto, un concesionario puede, si lo considera necesario, solicitar que el intermediario le comunique la identidad del comprador para impedir la venta a revendedores independientes.

A pesar de que un concesionario puede, si así lo estima oportuno, solicitar documentación adicional a sus clientes, el Reglamento no cubre el supuesto en que un proveedor ordene a un concesionario que pida sistemáticamente tal documentación.

5.3. Distribuidores autorizados de vehículos de motor nuevos (también denominados concesionarios en esta guía)

Los concesionarios desempeñan un papel clave en el desarrollo del mercado único en el ámbito de los vehículos de motor nuevos. Un sector de distribución fuerte e independiente tiene mayores probabilidades de ejercer prácticas que favorezcan la competitividad y de ser más innovador, beneficiando así a los consumidores. Consecuentemente, el

¹⁰⁰ Por ejemplo, la autorización puede referirse a una clase de vehículo o a un modelo concreto o ser más específica aún.

¹⁰¹ Comunicación de la Comisión sobre el Reglamento (CEE) n° 123/85 de la Comisión, de 12 de diciembre de 1984, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado CEE a determinadas categorías de acuerdos de distribución y de servicio de venta y de postventa de vehículos automóviles, DO C 17 de 18.1.1985, p. 4 (no existe versión española), y Comunicación de la Comisión – *Clarification of the activities of motor vehicle intermediaries*, DO C 329 de 18.12.1991, p. 20 (no existe versión española). Según estas comunicaciones, se podía exigir a los intermediarios, por ejemplo, que no instalaran sus oficinas en los locales de un supermercado. Otro elemento que obstaculizaba sus actividades era que se podía exigir a un concesionario de coches que no vendiera más del 10% de los vehículos nuevos a través del mismo intermediario.

¹⁰² Como un pasaporte u otro documento que acredite la identidad del consumidor (una factura de electricidad, etc.).

¹⁰³ El uso comercial dictaminará si un vehículo se considera nuevo. Desde el punto de vista de un comprador, un vehículo no es nuevo una vez que se ha matriculado y ha sido utilizado en carretera por otro consumidor. En cambio, un coche que ha sido matriculado por un distribuidor por un periodo de un día y no se ha utilizado sigue siendo nuevo.

Reglamento 1400/2002 ofrece mayor libertad a los distribuidores para llevar sus negocios como consideren más oportuno. En particular, el nuevo Reglamento ha reducido considerablemente la posibilidad de que los fabricantes y sus importadores impongan normas a sus concesionarios que no sean indispensables para la distribución de vehículos de motor nuevos o para la prestación de servicios de reparación y mantenimiento.

A diferencia del Reglamento 1475/95, el antiguo reglamento de exención por categorías de los vehículos de motor, el Reglamento 1400/2002 sólo proporciona cobertura en los siguientes casos:

- si el fabricante de vehículos o su importador no obliga a los concesionarios a ofrecer servicios de reparación o mantenimiento o a distribuir piezas de recambio. Los concesionarios deben tener la libertad de subcontratar los servicios de reparación y mantenimiento con un taller de reparación autorizado de la red de la misma marca;
- si los concesionarios pueden vender otras marcas;
- si los fabricantes o importadores no limitan el suministro de vehículos nuevos a sus concesionarios si tal práctica restringe la capacidad de éstos de vender vehículos a consumidores particulares en la Unión Europea;
- si los concesionarios de un sistema de distribución selectiva pueden realizar ventas activas o pasivas a cualquier consumidor final y, después del 1 de octubre de 2005, pueden abrir puntos de venta o entrega adicionales para la distribución de turismos nuevos y vehículos comerciales ligeros en cualquier lugar en el que se utilice la distribución selectiva;
- si los concesionarios de un sistema de distribución exclusiva tienen plena libertad para vender activamente en su territorio y en territorios que no estén sujetos a distribución exclusiva, y para realizar ventas pasivas en los territorios exclusivos de otros distribuidores.

5.3.1. Ventas de vehículos nuevos por los concesionarios

El Reglamento 1400/2002 pretende ofrecer mayores oportunidades a los concesionarios para que suministren vehículos de motor nuevos a todos los consumidores, sean éstos locales, nacionales o de otros Estados miembros. Las restricciones directas de las ventas, tanto si son activas como si son pasivas, no están cubiertas por el Reglamento¹⁰⁴.

De acuerdo con el nuevo Reglamento, cualquier sistema de distribución, ya sea selectivo o exclusivo, tiene que estar organizado de forma que todas las categorías de consumidores puedan adquirir vehículos nuevos a cualquier concesionario, incluso si adquieren una gran cantidad de vehículos¹⁰⁵.

¹⁰⁴ Véase el considerando 16.

¹⁰⁵ Por ejemplo, las empresas de alquiler de coches u otros operadores de flotas, como las empresas de arrendamiento financiero, suelen comprar grandes cantidades de coches a un mismo proveedor.

Pregunta 40: ¿El Reglamento cubre las restricciones de las ventas activas y pasivas de los concesionarios?

Los concesionarios de un sistema de distribución selectiva deben poder realizar ventas activas a cualquier usuario final que resida en una zona de la Unión Europea en la que se utilice la distribución selectiva. No obstante, los proveedores pueden imponer obligaciones al concesionario para que no venda vehículos nuevos a revendedores independientes en las zonas en las que se utilice la distribución selectiva. Si el proveedor utiliza la distribución exclusiva en ciertas zonas de la Unión Europea, debe permitirse a los concesionarios del sistema de distribución selectiva que realicen ventas pasivas en dichas zonas¹⁰⁶.

Si un proveedor establece un sistema de distribución exclusiva, sus concesionarios deben tener la libertad de realizar ventas activas en su territorio exclusivo o a su grupo de clientes exclusivo. Por lo que respecta a los demás compradores de un sistema de distribución exclusiva, ya sean usuario finales o revendedores de vehículos de motor nuevos, deben poder suministrarlos de forma pasiva. Si el proveedor utiliza la distribución selectiva en otras zonas de la Unión Europea, los concesionarios de ese sistema de distribución exclusiva deben poder realizar ventas activas a usuarios finales y distribuidores no autorizados en dichas zonas¹⁰⁷.

Pregunta 41: ¿Cómo garantiza el nuevo Reglamento que un concesionario pueda vender vehículos nuevos a cualquier consumidor, incluidos los consumidores locales, los de otras zonas del mismo Estado miembro y los de otros Estados miembros?

El suministro de vehículos de motor nuevos debe organizarse de forma que un concesionario pueda suministrar a todos los consumidores que quieran comprarle a él. El fabricante debe atender los pedidos de vehículos nuevos destinados a consumidores de otras zonas del mercado común del mismo modo que los pedidos para consumidores locales, sobre todo por lo que se refiere a los precios y plazos de entrega. Por consiguiente, en aplicación del nuevo Reglamento, los fabricantes deberán poner en marcha sistemas de pedidos y entregas que cumplan con estos requisitos. A tal fin podrán, por ejemplo, establecer un sistema de pedidos que se base en el orden de recepción de los pedidos (*first come first served*). Un sistema de distribución que se base en cuotas de suministros relativas a un territorio de venta más pequeño que el mercado común equivale a una restricción indirecta de las ventas y no está exento conforme al Reglamento¹⁰⁸.

El Reglamento no obliga a los fabricantes a establecer un sistema de distribución que garantice los mismos plazos de entrega en todo el mercado común. No obstante, deben hacer lo posible para permitir que los concesionarios suministren vehículos nuevos en las mismas condiciones a sus clientes locales, nacionales y de otros Estados miembros.

¹⁰⁶ Véase el considerando 13. La definición de ventas activas y pasivas figura en la pregunta 12.

¹⁰⁷ Primera parte de la letra a) del apartado 1 del artículo 4 y punto 52 de las Directrices relativas a las restricciones verticales.

¹⁰⁸ Véase el considerando 16.

Puede ocurrir que un proveedor se vea obligado a limitar el suministro de un producto a sus distribuidores en circunstancias especiales como, por ejemplo, en el caso de una huelga o de una demanda global que supere la producción. En estas circunstancias, el proveedor debe suministrar los vehículos a sus concesionarios sin hacer distinciones entre los concesionarios que venden muchos vehículos a consumidores de otros Estados miembros y los que no. Por ejemplo, el concesionario A vende cincuenta vehículos al mes, sobre todo a consumidores de la ciudad en la que está establecido, y el concesionario B también vende cincuenta vehículos al mes, pero veinticinco a consumidores de su ciudad y veinticinco a consumidores de otro Estado miembro. Si un mes hay problemas de producción y el proveedor se ve obligado a reducir en un cuarenta por ciento el número de vehículos que suministra, debe entregar treinta vehículos al concesionario A y treinta al concesionario B.

Para evitar cualquier discriminación entre ventas locales y ventas a compradores de otras zonas del mercado común, los sistemas de primas u otros incentivos económicos o de otro tipo no pueden depender del lugar de residencia del comprador ni del lugar de matriculación del vehículo, sino que debe tener en cuenta el total de las ventas.

Pregunta 42: ¿Las formas en las que se suministran vehículos nuevos a un concesionario deben ser diferentes dependiendo de si el proveedor gestiona un sistema de distribución selectiva u otro tipo de sistema de distribución, como el basado en la exclusividad territorial?

Los principios mencionados se aplican independientemente del sistema de distribución elegido por el proveedor, ya que es primordial para el funcionamiento del mercado único que el concesionario pueda vender vehículos nuevos a todos los consumidores sin tener en cuenta la residencia o lugar de establecimiento del comprador. Esto se aplica independientemente de que se autorice al concesionario el realizar ventas activas o sólo ventas pasivas a determinados grupos de clientes o territorios.

Pregunta 43: ¿Un proveedor puede acordar con su concesionario los objetivos de venta que éste tratará de conseguir en un territorio concreto?

El nuevo Reglamento permite que un proveedor acuerde con su concesionario los objetivos de venta en una zona geográfica concreta que puede ser más pequeña que el mercado común. No obstante, dichos objetivos de venta acordados no pueden ser utilizados para limitar el suministro de vehículos de motor nuevos a los concesionarios¹⁰⁹. El suministro de productos, la retribución del concesionario y las bonificaciones tampoco pueden supeditarse a que un vehículo se venda en una zona geográfica acordada, dado que tales medidas restringirían indirectamente el derecho del distribuidor a realizar ventas pasivas a todos los consumidores del mercado común.

¹⁰⁹ Véase el considerando 16.

Pregunta 44: ¿Un concesionario es libre de hacer publicidad y vender vehículos nuevos por internet?

Una página *web* de un concesionario es una herramienta de venta pasiva¹¹⁰ que el concesionario puede utilizar para hacer publicidad y llevar a cabo transacciones. Con arreglo al Reglamento, el uso de esta herramienta no se puede restringir y tampoco se puede impedir que el concesionario utilice internet o el correo electrónico en lugar de métodos más tradicionales, como el correo o el fax, para celebrar contratos de venta¹¹¹.

Un concesionario también debe tener la libertad de firmar acuerdos con sitios de referencia de internet, que ponen en contacto a los consumidores con el concesionario que puede suministrar un vehículo. Un fabricante de vehículos puede exigir que el concesionario que utilice internet cumpla con los requisitos cualitativos relacionados con la promoción de la marca del vehículo en cuestión por internet. Un proveedor también puede solicitar que el sitio de referencia utilizado por el concesionario para hacer publicidad cumpla sus requisitos de calidad. Dichos sitios de internet, que pueden promover la venta de vehículos de motor nuevos de una o más marcas, también pueden remitir a los consumidores que desean comprar un vehículo nuevo a uno de los concesionarios que estén conectados a su sitio de referencia.

Pregunta 45: ¿Un concesionario tiene plena libertad de utilizar el correo electrónico o cartas personalizadas para contactar con clientes potenciales?

Utilizar el correo electrónico o cartas personalizadas para vender vehículos y servicios a usuarios finales en el mercado común es un método de venta activa. De acuerdo con el Reglamento¹¹², los proveedores no pueden impedir que los concesionarios de un sistema de distribución selectiva utilicen dichos métodos. Los concesionarios de sistemas de distribución exclusiva deben tener libertad para contactar activamente a los clientes que les hayan sido asignados en exclusiva y no se les puede impedir que atiendan a otros clientes que espontáneamente se dirijan a ellos, incluso si éstos han sido asignados en exclusiva a otro distribuidor. Por ejemplo, en un sistema de distribución exclusiva en el que se asigna un territorio a cada concesionario, el proveedor puede prohibir que se haga *marketing* de vehículos nuevos a través del correo electrónico o cartas personalizadas a clientes que estén situados en el territorio de venta exclusivo de otro concesionario. Los concesionarios pueden poner en marcha este tipo de métodos de venta activa en otras zonas en las que se aplique la distribución selectiva.

5.3.1.1. Venta de vehículos nuevos a consumidores que utilizan los servicios de un intermediario

Las cuestiones relativas al suministro de vehículos de motor nuevos a usuarios finales que hayan dado una autorización a un intermediario se tratan en la sección 5.2.

¹¹⁰ Véase el considerando 15 y la letra e) del apartado 1 del artículo 4, así como el punto 51 de las Directrices relativas a las restricciones verticales.

¹¹¹ Véase el considerando 15.

¹¹² Véanse las letras d) y e) del apartado 1 del artículo 4.

5.3.1.2. Venta de vehículos nuevos a empresas de arrendamiento financiero

El Reglamento no cubre las obligaciones que restringen la capacidad del concesionario de vender servicios de arrendamiento financiero¹¹³. Esto incluye el arrendamiento financiero por parte del propio concesionario, ya sea a través de una empresa de arrendamiento financiero vinculada a él o como agente de una empresa de arrendamiento financiero de su elección.

Pregunta 46: ¿Tienen derecho los concesionarios a vender vehículos de motor nuevos a empresas de arrendamiento financiero?

Sí, el suministro de vehículos nuevos a empresas de arrendamiento financiero es una parte legítima de las actividades de los concesionarios, puesto que las empresas de arrendamiento financiero se consideran normalmente usuarios finales¹¹⁴.

Sin embargo, los proveedores que utilicen la distribución selectiva pueden impedir que los concesionarios suministren productos contractuales a empresas de arrendamiento financiero cuando exista un riesgo demostrable de que la empresa de arrendamiento financiero revenderá estos vehículos de motor siendo aún nuevos. De la letra w) del apartado 1 del artículo 1 se desprende que los contratos de arrendamiento financiero que impliquen un traspaso de la propiedad o una opción de compra antes del vencimiento del contrato y que permitan al arrendatario comprar en cualquier momento el vehículo de la empresa de arrendamiento financiero, incluso cuando el vehículo aún sea nuevo, en realidad convertirían a la empresa de arrendamiento financiero en un revendedor independiente.

Pregunta 47: ¿Pueden los proveedores que gestionan un sistema de distribución selectiva obligar a las empresas de arrendamiento financiero que compren vehículos nuevos a un concesionario a firmar un compromiso que establezca que no revenderán el vehículo mientras sea nuevo para obtener un beneficio comercial?

Resulta legítimo que un proveedor que gestione un sistema de distribución selectiva adopte las medidas oportunas para asegurarse de que sus concesionarios no vendan vehículos de motor nuevos a revendedores que no sean miembros de ese sistema. Por ello, puede pedir a los concesionarios que tomen las medidas apropiadas para impedir que los compradores revendan los vehículos mientras sean nuevos. Para impedir que una empresa de arrendamiento financiero revenda un vehículo de motor nuevo, el concesionario puede pedir que la empresa de arrendamiento financiero firme una declaración en la que se comprometa a no revender los coches mientras sean nuevos.

¹¹³ Véase el considerando 30 y la letra a) del apartado 2 del artículo 5.

¹¹⁴ Véase la letra w) del apartado 1 del artículo 1.

Pregunta 48: ¿Pueden los proveedores exigir a los concesionarios que obtengan y les faciliten copias de cada acuerdo de arrendamiento financiero antes de que el concesionario venda un vehículo a una empresa de arrendamiento financiero?

No. Eso supondría una restricción indirecta de las ventas y una grave restricción de la competencia¹¹⁵. Por otra parte, ello permitiría al *concesionario* y al proveedor obtener información sobre las condiciones del contrato de arrendamiento financiero y la identidad del arrendatario. No obstante, los proveedores pueden exigir que los concesionarios comprueben, antes de vender por primera vez a una empresa de arrendamiento financiero concreta, las condiciones generales aplicadas por dicha empresa a fin de evitar la venta a un revendedor no autorizado.

Pregunta 49: ¿Una empresa de arrendamiento financiero puede comprar a un concesionario coches nuevos para los que aún no haya encontrado un arrendatario?

Sí, y el proveedor no puede negarse a aceptar los pedidos correspondientes, aunque la empresa de arrendamiento financiero utilice los vehículos nuevos para constituir existencias¹¹⁶. Cualquier exigencia a una empresa de arrendamiento financiero de dar el nombre del cliente antes de la compra constituiría una restricción indirecta de las ventas y supondría una restricción grave de la competencia¹¹⁷.

5.3.2. La distribución de diversas marcas de vehículos de motor por el concesionario (ventas multimarca)

El Reglamento 1400/2002 simplifica las condiciones que los proveedores pueden imponer a los concesionarios que quieran vender una o varias marcas (lo que a veces se denomina "ventas multimarca"). Los proveedores que quieran que sus acuerdos estén exentos conforme al Reglamento deben permitir a los concesionarios que vendan vehículos de proveedores competidores. La única restricción que pueden imponer es la obligación del concesionario de exhibir los modelos de otros proveedores en zonas específicas de la misma sala de exposición. Además, si el concesionario decide emplear personal de venta específico para cada marca y el proveedor está de acuerdo y paga todos los costes adicionales, esta situación estará cubierta por el Reglamento.

El proveedor puede imponer a estos concesionarios todos los criterios de calidad que impone a los concesionarios de una sola marca, incluidos los relativos a la decoración de la sala de exposición y a la formación del personal de venta. Sin embargo, si la sala de exposición del concesionario no es suficientemente grande para permitir la exhibición de todos los vehículos o para utilizar toda la decoración que normalmente debe exhibir o utilizar un concesionario de una sola marca, el proveedor debe moderar esa obligación de forma apropiada por lo que se refiere al espacio necesario para exhibir esos vehículos con objeto de permitir que el concesionario también exhiba vehículos del otro fabricante en su

¹¹⁵ Letra b) del apartado 1 del artículo 4.

¹¹⁶ Véase la Decisión de la Comisión de 10.10.2001 – DaimlerChrysler – (asunto COMP/36.264 – Mercedes-Benz), considerandos 176 y 201 y siguientes.

¹¹⁷ Véase la letra b) del apartado 1 del artículo 4.

sala de exposición¹¹⁸. Determinar si se cumplen estas condiciones en un caso específico es una cuestión de hecho. Los acuerdos deben establecer que, en caso de litigio sobre este punto, las partes tendrán el derecho de recurrir a un experto o árbitro independientes o a un tribunal nacional¹¹⁹.

Pregunta 50: ¿Un concesionario puede obtener márgenes más altos o una prima si sólo venden los vehículos de un proveedor?

No. Estas medidas supondrían una restricción indirecta del derecho del *concesionario* a vender marcas de la competencia y no estarían cubiertas por el Reglamento¹²⁰. Por lo tanto, todos los concesionarios tienen que tener unos márgenes o primas equivalentes, con independencia de que vendan vehículos de motor de un solo proveedor o de varios.

Pregunta 51: ¿Qué grado de separación pueden exigir los proveedores por lo que se refiere a la exhibición de diversas marcas en la misma sala de exposición?

El Reglamento permite que los proveedores obliguen a los concesionarios a exhibir vehículos de sus marcas en zonas específicas de cada marca en la misma sala de exposición. Cualquier obligación relativa a una separación mayor, como la instalación de una pared o una cortina o la obligación de guardar entre los vehículos de marcas diferentes una distancia tal que imposibilite la exhibición de otras marcas (por ejemplo, porque la sala de exposición sea demasiado pequeña) o que la dificulte irrazonablemente (por ejemplo, porque el proveedor exija que sus vehículos se exhiban junto a las ventanas de la sala de exposición), no estaría cubierta por el Reglamento.

Pregunta 52: ¿Un proveedor puede obligar a un concesionario a colocar elementos específicos de su marca en su sala de exposición?

Los proveedores pueden obligar a todos sus concesionarios a tener una decoración que realce la imagen de marca, a condición de que esto no restrinja la venta de otras marcas. Por ejemplo, un proveedor podría obligar a todos sus concesionarios a instalar una alfombra lujosa en la parte de la sala de exposición utilizada para exhibir sus marcas o señalizaciones relativas a la marca que puedan verse desde la calle. También podría obligar al concesionario a exhibir sus vehículos únicamente en edificios de alta calidad. En cambio, no podría obligar al concesionario que quiera vender una marca adicional a habilitar una entrada independiente para cada una de las marcas. Tampoco podría, por ejemplo, obligar a un concesionario que también venda marcas de proveedores competidores a que modifique por completo el interior o el exterior de la sala de exposición en función de las marcas.

¹¹⁸ Véase el considerando 27.

¹¹⁹ Apartado 6 del artículo 3.

¹²⁰ Véase la letra a) del apartado 1 del artículo 5 y la letra b) del apartado 1 del artículo 1.

5.3.3. *El derecho a abrir puntos de venta adicionales (prohibición de las "cláusulas de establecimiento")*

A partir del 1 de octubre de 2005, el Reglamento 1400/2002¹²¹ no cubrirá las obligaciones que impidan a los concesionarios de turismos y vehículos comerciales ligeros de los sistemas de distribución selectiva la apertura de puntos de venta o entrega nuevos en otras zonas del mercado común donde se aplique la distribución selectiva. Esto permite a los concesionarios aprovechar nuevas oportunidades empresariales estableciendo una presencia física cerca de los clientes potenciales y lejos de su mercado inicial, incluidos los clientes de otros Estados miembros. Esta libertad consolidará la competencia intramarca en Europa en beneficio de los consumidores, además de permitir a los concesionarios extender su actividad empresarial y alcanzar una mayor independencia de sus proveedores. Asimismo, permitirá a estos concesionarios convertirse en distribuidores paneuropeos de vehículos de motor nuevos.

En cambio, las restricciones a la apertura de puntos de venta adicionales están cubiertas por el Reglamento 1400/2002 cuando se trata de concesionarios de vehículos de motor distintos de los turismos y vehículos comerciales ligeros, es decir, los camiones medianos y pesados, autobuses y autocares¹²². Se presume que la mayoría de los compradores de estos vehículos los utilizan en un contexto comercial y que están, por tanto, en mejores condiciones para comprar a un concesionario situado en otra zona del mercado común y tener acceso a unas condiciones de venta más favorables que los consumidores particulares.

El Reglamento permite a los proveedores denegar a los concesionarios de los sistemas de distribución exclusiva la apertura de nuevos puntos de venta en los mercados cubiertos por estos sistemas. Sin embargo, puesto que estos concesionarios pueden vender vehículos nuevos a todos los clientes —incluidos los revendedores no autorizados— en todo el mercado común, se presume que estos revendedores organizarán el arbitraje entre los diversos mercados y aprovecharán las oportunidades empresariales que surjan en otras zonas del mercado común.

Pregunta 53: ¿Qué tipo de puntos de venta podrán abrir después del 1 de octubre de 2005 los concesionarios que operen dentro de un sistema de distribución selectiva cubierto por el Reglamento?

Después del 1 de octubre de 2005, los concesionarios que operen dentro de un sistema de distribución selectiva cubierto por el Reglamento podrán abrir nuevos puntos de venta o entrega en otras zonas del mercado común en las que el proveedor utilice la distribución selectiva.

Un punto de venta consta de una sala de exposición y la infraestructura necesaria para vender vehículos de motor nuevos. Esto incluye, por ejemplo, una sala de exposición para exhibir los vehículos de motor nuevos, los despachos necesarios, el personal de ventas y los vehículos de prueba. Corresponde al concesionario que gestiona el punto de venta decidir si entrega los coches nuevos en el punto de venta o en otro lugar.

¹²¹ Véase la letra b) del apartado 2 del artículo 5 y el apartado 2 del artículo 12.

¹²² Véase también la respuesta a la pregunta 16.

Un punto de entrega es un lugar donde se entregan al consumidor final los vehículos vendidos en otro lugar. Puede constar del espacio de oficina necesario, de instalaciones de almacenamiento o de una zona para la preparación de los coches con vistas a su entrega y del personal necesario para llevar a cabo la misma. Se debe permitir que los concesionarios gestionen conjuntamente un punto de entrega y un punto de venta, siempre y cuando cumplan los criterios de calidad pertinentes para ambos. Conforme al Reglamento debe permitirse que los concesionarios de un sistema de distribución selectiva vendan activamente vehículos de motor nuevos¹²³. No puede, por lo tanto, prohibirse a un concesionario que instale vallas publicitarias en un punto de entrega o que ponga a disposición del público folletos sobre los vehículos o servicios que ofrece.

Pregunta 54: Si un concesionario de un sistema de distribución selectiva decide abrir un punto de venta nuevo en otra parte, ¿qué normas tendrá que cumplir dicho punto de venta?

Tendrá que cumplir las mismas normas que los puntos de venta similares de la zona donde vaya a instalarse. Por ejemplo, si el *concesionario* de una zona rural decide abrir un local de venta nuevo en una de las principales calles de una gran ciudad, el proveedor puede obligarlo a cumplir las mismas normas de calidad por lo que se refiere a la señalización y exhibición de vehículos que los locales de venta existentes en esa zona o en zonas urbanas similares.

Si el *concesionario* de una zona estima oportuno abrir un punto de entrega en otra zona, ese punto de entrega tendrá que cumplir las normas de calidad del mismo modo que otros puntos de entrega de esa zona o de zonas similares¹²⁴. Sin embargo, un proveedor no puede, por ejemplo, exigir a un punto de entrega que tenga el mismo número de empleados que una sala de exposición, puesto que esto representaría una restricción indirecta de las ventas activas y sería un medio indirecto de reintroducir una cláusula de establecimiento.

Pregunta 55: ¿Un concesionario de un sistema de distribución selectiva puede cerrar el punto de venta original, para el que cuenta con la autorización del proveedor, y abrir un punto de venta en otra parte?

No sin la aprobación del proveedor, que seguirá pudiendo acordar con el concesionario dónde se establece el punto de venta original. De este modo, los proveedores de vehículos de motor nuevos pueden asegurarse de que sus redes cubran todas las zonas geográficas del mercado común.

¹²³ Letras b) y d) del apartado 1 del artículo 4.

¹²⁴ Véase el final del considerando 29.

Pregunta 56: Si un concesionario de un sistema de distribución selectiva quiere abrir un punto de venta o entrega adicional, ¿tiene que contar con el consentimiento del proveedor y tendrá que firmar con él otro acuerdo de distribución para esas instalaciones?

Para que el Reglamento sea aplicable, los concesionarios que actúen en un sistema de distribución selectiva deben poder abrir nuevos puntos de venta sin tener que pedir la autorización del proveedor. Por lo tanto, no será necesario firmar ningún acuerdo adicional. Con todo, el proveedor puede exigir que el punto de venta adicional cumpla las normas de calidad aplicables a los puntos de venta del mismo tipo en la misma zona geográfica.

Pregunta 57: ¿De dónde pueden obtener los concesionarios los vehículos que vendan en el punto de venta adicional?

El concesionario puede obtener los vehículos para su punto de venta adicional del mismo proveedor o proveedores que suministren vehículos a su punto de venta original (principal). Además, tendrá libertad para adquirir los vehículos de cualquier otro concesionario o mayorista de la marca en cuestión, de cualquier lugar del mercado común.

Este proveedor tendrá que adoptar las medidas necesarias para asegurarse de que un concesionario pueda comprar cantidades suficientes de vehículos de motor nuevos para satisfacer tanto la demanda de su punto de venta original (principal) como la de cualquier punto de venta adicional. Las restricciones de suministro supondrían una restricción indirecta del derecho del concesionario a abrir nuevos puntos de venta en otras zonas del mercado común. Éste también sería el caso si los precios al por mayor u otros incentivos financieros se supeditaran a que el vehículo se vendiera en el punto de venta original (principal) del concesionario o en su punto de venta adicional.

5.3.4. Suministro de vehículos nuevos al concesionario

Pregunta 58: ¿Puede prohibirse a los concesionarios de un sistema de distribución selectiva que obtengan vehículos de otro concesionario autorizado de la misma marca establecido en el mismo Estado miembro o en otro diferente?

No. Con arreglo al Reglamento, no se puede prohibir a los concesionarios autorizados de un sistema de distribución selectiva la compra a otros concesionarios autorizados establecidos en cualquier lugar del mercado único¹²⁵.

Pregunta 59: ¿Los proveedores de vehículos de motor que deban venderse a un usuario final extranjero o a través de un punto de venta adicional pueden estar sujetos a plazos de expedición más largos?

Ese sistema restringiría las ventas (activas o pasivas) a los usuarios finales y supondría una restricción grave de la competencia.

¹²⁵ Letra c) del apartado 1 del artículo 4.

5.3.5. Litigios relativos a asuntos contractuales

Para favorecer la rápida resolución de cualquier litigio que surja entre las partes de los acuerdos de distribución, que podrían de otro modo obstaculizar la competencia efectiva, estos acuerdos sólo estarán cubiertos por la exención si establecen que cada una de las partes tendrá derecho a recurrir a un experto o a un árbitro independiente. Este derecho no afecta al derecho de las partes a acudir a un tribunal nacional¹²⁶.

Pregunta 60: ¿En qué circunstancias establece el Reglamento que los litigios entre un proveedor y un concesionario deben someterse a un tercero experto o a un árbitro?

El Reglamento estipula que cualquier acuerdo vertical tiene que prever que cada una de las partes tenga derecho a someter los litigios referentes al cumplimiento de sus obligaciones contractuales a un experto independiente, como puede ser un mediador, o a un árbitro. Estos litigios pueden referirse, entre otras cosas, a las obligaciones de suministro, al establecimiento y el cumplimiento de objetivos de venta o de constitución de existencias, al cumplimiento de la obligación de proporcionar o utilizar vehículos de prueba, a las condiciones para la venta de diversas marcas (ventas multimarca), a la cuestión de si la prohibición de actuar desde un lugar de establecimiento no autorizado limita la capacidad del distribuidor de vehículos de motor que no sean turismos ni vehículos comerciales ligeros para ampliar su actividad empresarial¹²⁷ o a la cuestión de si la resolución de un acuerdo está justificada por las razones invocadas en el preaviso¹²⁸.

Pregunta 61: ¿Quién puede actuar como tercero experto o como árbitro y cómo debe ser nombrado?

Cualquier persona que ambas partes acepten como cualificada para actuar como tercero experto o árbitro puede ser designada a tal efecto. Las partes son libres de decidir, si se diera la situación, a quién desean nombrar y si prefieren designar a una, dos, tres o más personas para que actúen como expertos o árbitros. Sin embargo, ninguna de las partes puede decidir unilateralmente quién será el experto o árbitro. En caso de desacuerdo, las partes deben ajustarse a los procedimientos de nombramiento utilizados normalmente en estos casos, por ejemplo el nombramiento por el presidente de un tribunal o por el presidente de una cámara de comercio e industria. Parece aconsejable que el acuerdo vertical especifique qué clase de procedimiento de nombramiento desean utilizar las partes en caso de que se produzca esa situación.

¹²⁶ Véase el considerando 11 y el apartado 6 del artículo 3.

¹²⁷ Véase el considerando 18.

¹²⁸ Véase el considerando 11 y el apartado 6 del artículo 3.

5.3.6. El derecho del concesionario a decidir si presta o no servicios de reparación y mantenimiento

A diferencia del Reglamento 1475/95¹²⁹, el nuevo Reglamento no permite a los fabricantes obligar a sus concesionarios a ofrecer servicios de reparación y mantenimiento. Por lo tanto, permite a los concesionarios especializarse en la distribución de vehículos, lo cual podría ser una opción particularmente atractiva para los concesionarios que deseen vender vehículos nuevos de diversos fabricantes.

Si un concesionario decide no efectuar él mismo las reparaciones y el mantenimiento, el proveedor puede exigir que subcontrate estos servicios a un taller de reparación autorizado que pertenezca a la misma red de la marca¹³⁰. Para ofrecer una mayor transparencia a los consumidores, el fabricante también puede exigir que el concesionario facilite el nombre y la dirección del taller de reparación autorizado en cuestión antes de la celebración del contrato de venta. Por otra parte, cuando el establecimiento de reparación no esté situado en las proximidades de la sala de exposición, el proveedor también puede exigir que el concesionario informe a sus clientes de la distancia a la que se encuentra el taller de la sala de exposición; sin embargo, sólo puede hacerlo si impone una obligación similar a los concesionarios cuyo propio taller no esté en las inmediaciones del punto de venta.

Por medio de un acuerdo de subcontratación, un taller de reparación autorizado se compromete a cooperar como una especie de socio privilegiado del concesionario a quien presta servicios y a ofrecer todos los tipos de servicios posventa a los clientes del concesionario. Esto incluye las reparaciones y el mantenimiento normales, pero también el cumplimiento de las garantías, las reparaciones en el marco de una llamada a revisión de los vehículos o los servicios gratuitos ofrecidos por el fabricante de los vehículos a través del taller de reparación autorizado¹³¹.

Pregunta 62: ¿Puede prohibirse, conforme al Reglamento, a un concesionario autorizado de una marca determinada a ser también taller de reparación independiente de esa marca?

No. Sin embargo, como taller de reparación independiente posiblemente no tenga los mismos beneficios que un taller de reparación autorizado. En especial, es posible que no tenga derecho a una remuneración por parte del proveedor por las reparaciones realizadas en garantía. Además, puede tener que subcontratar la prestación de servicios de reparación y mantenimiento con cargo a la garantía para los vehículos nuevos que venda a un taller de reparación autorizado de la red del fabricante.

¹²⁹ Véanse, en particular, los puntos 1 y 6 del apartado 1 del artículo 4 y las letras a) y b) del punto 1 del apartado 1 del artículo 5.

¹³⁰ Letra g) del apartado 1 del artículo 4.

¹³¹ Véase el considerando 17.

5.3.7. *Traspaso o venta de un concesionario o de un taller de reparación autorizado*

Para estimular la integración del mercado y permitir a los distribuidores y talleres de reparación autorizados aprovechar nuevas oportunidades comerciales, ampliar su actividad empresarial y hacerse más independientes, el Reglamento 1400/2002 establece que ha de permitírseles la compra de otras empresas del mismo tipo que vendan o reparen la misma marca de vehículos de motor. Con este fin, cualquier acuerdo vertical entre un proveedor y un distribuidor o un taller de reparación autorizado tiene que establecer que éstos últimos puedan transferir todos sus derechos y obligaciones a cualquier otra empresa de su elección del mismo tipo que venda o repare la misma marca de vehículos de motor dentro del sistema de distribución¹³².

Pregunta 63: ¿Puede impedir un proveedor que un concesionario venda su concesionario a otro concesionario de la red del mismo fabricante?

Para beneficiarse del Reglamento 1400/2002, los acuerdos de distribución de vehículos de motor nuevos tienen que contener una cláusula por la cual el proveedor acepte la transferencia de la propiedad de la distribución con todos los derechos y obligaciones correspondientes a otro *concesionario* de la red del fabricante¹³³.

Imaginemos, por ejemplo, que el fabricante de coches A tiene acuerdos de distribución compatibles con el Reglamento con Dupont en París y con Smith en Londres. Dupont y Smith son propiedad de Franco S.A. y Anglo Plc, respectivamente, que también se encargan de su gestión. Si Anglo desea vender Smith¹³⁴ a Franco, ni el fabricante A ni su importador pueden oponerse a la venta¹³⁵. En este ejemplo, se considera que tanto Franco como Anglo son "distribuidores" en el sentido del Reglamento, puesto que Dupont y Smith son empresas vinculadas a ellas.

Pregunta 64: ¿Puede impedir un proveedor que un concesionario venda su concesionario a otro concesionario que haya recibido un preaviso de resolución?

Si quiere que el acuerdo de distribución esté cubierto por el Reglamento, el proveedor no puede prohibir el traspaso del concesionario, a condición de que el *concesionario* que haya recibido el preaviso cumpla todos los criterios de calidad del proveedor.

¹³² Considerando 10 y apartado 3 del artículo 3.

¹³³ Incluidos los distribuidores autorizados por el fabricante en otros Estados miembros de la UE.

¹³⁴ Es irrelevante que Smith sea una sociedad limitada de la que se traspasa un porcentaje del capital social suficiente para obtener el control de la misma o que actúe bajo una forma jurídica más simple y se venda como empresa, junto con todos sus activos, derechos y obligaciones.

¹³⁵ Por ejemplo invocando una cláusula contractual, como puede ser una cláusula de "cambio de propiedad", que permitiría al proveedor vetar una transferencia de este tipo de la propiedad.

Pregunta 65: ¿Puede un proveedor cuyo acuerdo de distribución esté cubierto por el Reglamento prohibir que un concesionario que haya recibido un preaviso de resolución traspase su negocio de distribución a otro concesionario?

No. El Reglamento no cubre esta restricción. Sin embargo, ese traspaso no altera el hecho de que el acuerdo de distribución que se traspasa finalizará cuando expire el plazo de preaviso. Por lo tanto, el *concesionario* sólo obtendrá un concesionario adicional durante un período limitado de tiempo hasta el final del plazo de preaviso.

Pregunta 66: Con arreglo al Reglamento, ¿puede prohibirse a un concesionario el traspaso de su concesionario a un taller de reparación autorizado?

Sí. El derecho de venta sólo existe para los traspasos a un miembro de una red del mismo tipo, es decir de un *concesionario* a otro, o de un taller de reparación autorizado a otro¹³⁶.

5.3.8. Expiración del acuerdo de distribución

Pregunta 67: ¿El Reglamento establece una duración mínima para los acuerdos de distribución?

Con arreglo al Reglamento, un acuerdo puede celebrarse por un período indeterminado¹³⁷ o por un período determinado¹³⁸. Si el acuerdo es por un período indeterminado, éste no puede ser inferior a cinco años. A efectos del Reglamento, un acuerdo de cinco años que establezca que alguna de las partes tiene derecho a poner fin al mismo antes de ese plazo¹³⁹ se considera un acuerdo con una duración determinada de menos de cinco años.

Pregunta 68: ¿El Reglamento establece unos plazos de preaviso mínimos?

Una parte que no desee renovar un acuerdo de duración determinada debe informar a la otra parte de su intención de no renovarlo con un preaviso de seis meses antes de la expiración del acuerdo¹⁴⁰.

Si una parte desea poner fin a un acuerdo de duración indeterminada normalmente debe dar un preaviso de al menos dos años. Sin embargo, si un proveedor está obligado por ley o por un acuerdo especial a pagar una compensación apropiada al término del acuerdo o si desea resolver un acuerdo cuando sea necesario reorganizar toda o una parte importante de su red, debe dar un preaviso de al menos un año¹⁴¹.

¹³⁶ Apartado 3 del artículo 3 y considerando 10.

¹³⁷ Es decir, el acuerdo no establece una fecha determinada de expiración.

¹³⁸ Apartado 5 del artículo 3.

¹³⁹ A menos que sea por incumplimiento de una obligación básica.

¹⁴⁰ Letra a) del apartado 5 del artículo 3. Las consecuencias de la omisión del preaviso deben evaluarse conforme al derecho nacional.

¹⁴¹ Letra b) del apartado 5 del artículo 3.

El comportamiento de los competidores u otros cambios económicos pueden provocar la necesidad de reorganizarse, con independencia de que ello esté motivado por decisiones internas de un fabricante o por influencias externas, por ejemplo el cierre de una empresa que emplee gran cantidad de mano de obra en una zona específica. Teniendo en cuenta la amplia variedad de situaciones que pueden surgir, sería poco realista enumerar todas las posibles razones de reorganización.

Si resulta o no necesario reorganizar la red es una cuestión objetiva, y el hecho de que el proveedor considere que esta reorganización es necesaria no resuelve el asunto en caso de litigio. En tal supuesto corresponderá al juez o árbitro nacional resolver el asunto teniendo en cuenta las circunstancias.

El que una "parte importante" de la red se vea afectada o no debe decidirse caso por caso teniendo en cuenta la organización específica de la red del fabricante. El término "importante" implica un aspecto tanto económico como geográfico, que puede limitarse a la red, o a una parte de ella, en un Estado miembro determinado.

Pregunta 69: ¿Existen circunstancias excepcionales en las que una parte de un acuerdo vertical compatible con el Reglamento pueda resolverlo sin preaviso?

El que las partes de un acuerdo tengan derecho a resolverlo en cualquier momento sin preaviso cuando la otra parte incumpla alguna de sus obligaciones básicas depende del derecho nacional. Las partes deben decidir, de común acuerdo, si la razón de la resolución anticipada es suficiente o, en caso de desacuerdo, recurrir a un tercero experto o a un árbitro o someter el caso al tribunal competente en virtud del derecho nacional¹⁴².

Pregunta 70: ¿Obliga el Reglamento a los proveedores a dar razones justificadas para resolver un acuerdo con un concesionario o un taller de reparación autorizado?

Para estar cubierto por el Reglamento, un proveedor que desee resolver un acuerdo de distribución debe presentar por escrito razones detalladas, objetivas y transparentes¹⁴³. Esta condición se ha introducido para impedir que un proveedor resuelva un acuerdo porque un distribuidor o taller de reparación tenga un comportamiento que favorezca la competencia, como las ventas activas o pasivas a consumidores extranjeros, la venta de marcas de otros proveedores o la subcontratación de los servicios de reparación y mantenimiento.

En caso de litigio, el árbitro o el tribunal nacional decidirán si las razones alegadas justifican la resolución del acuerdo de distribución y, de no ser así, deberán, entre otras cosas, optar por una solución apropiada. Para decidir si las razones de resolución están fundamentadas, el árbitro o juez puede tener en cuenta varios elementos, entre ellos el propio acuerdo de distribución, los requisitos del derecho contractual nacional, así como el texto del Reglamento.

El Reglamento recoge varios tipos de comportamiento de los concesionarios que un proveedor no puede prohibir. Si, en lugar de prohibir estos tipos de comportamiento, un

¹⁴² Apartado 6 del artículo 3.

¹⁴³ Apartado 4 del artículo 3.

proveedor tratara de evitar ese comportamiento o de ponerle fin resolviendo un acuerdo de distribución, esto supondría una restricción indirecta grave de la competencia y el acuerdo de distribución dejaría de estar cubierto por la exención. La cuestión de si el proveedor ha decidido resolver el acuerdo por las razones que figuran en el preaviso o para poner fin al comportamiento favorable a la competencia es una cuestión de hecho que puede ser determinada por el árbitro o la tercera parte independiente o por el juez nacional.

Pregunta 71: ¿El proveedor que dé un preaviso para no renovar un contrato de duración determinada debe justificar su decisión?

No. El Reglamento no exige que el proveedor dé razones para no renovar un contrato de duración indeterminada¹⁴⁴.

5.4. Talleres de reparación autorizados

En la letra l del apartado 1 del artículo 1 del Reglamento figura la definición de un taller de reparación autorizado. Se trata de una empresa que pertenece a la red de prestadores "oficiales" de servicios de reparación y mantenimiento creada por un proveedor (el fabricante del vehículo o su importador). El término "taller de reparación autorizado" es nuevo, puesto que, conforme al Reglamento 1475/95, tanto la venta de coches al por menor como su reparación y mantenimiento solían realizarlos las mismas empresas de las redes de los proveedores, denominadas comúnmente "concesionarios". En cambio, el Reglamento 1400/2002 se basa en un concepto distinto: la distribución de vehículos de motor nuevos y la prestación de servicios de reparación y mantenimiento ya no están rígidamente vinculadas y pueden efectuarlas empresas distintas.

En consecuencia, el Reglamento 1400/2002 no permite a los proveedores imponer a los concesionarios la obligación de prestar los servicios de reparación y mantenimiento¹⁴⁵. Tampoco permite que los proveedores obliguen a sus talleres de reparación autorizados a distribuir vehículos de motor nuevos¹⁴⁶.

El Reglamento cubre el uso por parte del proveedor de la distribución selectiva cuantitativa o de la distribución exclusiva para su red de talleres de reparación autorizados hasta una cuota de mercado del 30%¹⁴⁷. Para las redes de talleres de reparación

¹⁴⁴ Sin embargo, puede haber disposiciones de derecho civil en algunos Estados miembros que exijan que se den esas razones.

¹⁴⁵ Véase la letra g) del apartado 1 del artículo 4. Véase también el considerando 22, que explica un aspecto importante de las restricciones especialmente graves establecidas en las letras g) y h) del apartado 1 del artículo 4 y que menciona explícitamente la exclusión de cualquier obligación o incentivo directos o indirectos que vinculen las ventas a las actividades de reparación y mantenimiento o que hagan que el resultado de una de estas actividades dependa del resultado de la otra.

¹⁴⁶ Letra h) del apartado 1 del artículo 4.

¹⁴⁷ Primer párrafo del apartado 1 del artículo 3.

autorizados que superen este umbral, el Reglamento sólo cubre la selección cualitativa de talleres autorizados¹⁴⁸.

5.4.1. *Cómo convertirse en taller de reparación autorizado*

Pregunta 72: ¿El proveedor de vehículos de motor nuevos tiene que permitir a un taller de reparación que se haga miembro de su red de talleres de reparación autorizados?

En principio, el proveedor es libre de elegir a los miembros de su red. Sin embargo, si quiere que sus acuerdos estén cubiertos por el Reglamento la respuesta a esta cuestión depende de la cuota de mercado de la red de talleres de reparación autorizados del proveedor por lo que se refiere a las reparaciones llevadas a cabo en todos los vehículos de motor de la marca en cuestión. Si esta cuota de mercado no supera el 30%, el proveedor puede basar su red de talleres de reparación autorizados en la distribución selectiva cuantitativa o en la distribución exclusiva y puede decidir no designar a talleres de reparación concretos aunque cumplan los criterios de calidad para la autorización.

Si la cuota de mercado de la red de talleres de reparación autorizados de la marca en cuestión es superior al 30%, el Reglamento sólo cubre la distribución selectiva cualitativa. Si el proveedor desea que su acuerdo de distribución esté cubierto por el Reglamento sólo puede imponer los criterios cualitativos a sus talleres de reparación autorizados y debe permitir que todos los talleres que cumplan estos criterios actúen como talleres de reparación autorizados, incluidos los concesionarios autorizados cuyos contratos hayan finalizado pero que deseen continuar como talleres de reparación autorizados.

Pregunta 73: ¿Los proveedores tienen que informar a todos los talleres de reparación interesados de cuáles son los criterios si aplica la distribución selectiva cualitativa?

Sí. Si el proveedor no divulgara los criterios de calidad, los talleres de reparación no podrían saber cómo cumplirlos ni podrían demostrar que los cumplen. Parece aconsejable que los proveedores faciliten esta información a cualquier taller de reparación que la solicite o que incluso la hagan pública, por ejemplo en internet.

Pregunta 74: ¿Cómo deben aplicar esos criterios los proveedores cuya red de talleres de reparación autorizados se base en criterios puramente cualitativos?

Los proveedores que establecen criterios cualitativos para su red de talleres de reparación autorizados tienen que aplicar los mismos criterios de la misma manera a todos los talleres de reparación. Esto significa en especial que:

- si un taller cumple estos criterios, debe ser admitido como taller de reparación autorizado. Resulta, sin embargo, legítimo que un proveedor compruebe si el taller cumple estos criterios antes de celebrar un acuerdo con él;

¹⁴⁸ Tercer párrafo del apartado 1 del artículo 3.

- los criterios deben ser los mismos para los talleres de reparación autorizados que sean concesionarios de vehículos de motor nuevos de la marca de que se trate y para los que no lo sean. En especial, el proveedor debe permitir que todos los talleres de reparación autorizados realicen los trabajos cubiertos por la garantía, presten los servicios gratuitos y lleven a cabo las reparaciones en el marco de una llamada a revisión para todos los vehículos de motor de la marca en cuestión vendida en el mercado común¹⁴⁹.

5.4.2. Prohibición de la cláusula de establecimiento para los talleres de reparación autorizados

Pregunta 75: ¿El Reglamento cubre la restricción de la capacidad de un taller de reparación autorizado de un sistema de distribución selectiva para decidir libremente dónde situar su taller o sus establecimientos adicionales?

No. Una restricción de ese tipo no está cubierta por el Reglamento. El taller de reparación autorizado debe ser libre de decidir la localización de su taller y de cualquier establecimiento adicional en los que preste servicios de reparación y mantenimiento¹⁵⁰.

5.4.3. Los recambios y el taller de reparación autorizado

Remitimos también al capítulo 7 de esta guía.

Pregunta 76: ¿Un proveedor de vehículos puede tratar de impedir que los talleres de reparación autorizados compren los recambios originales directamente al fabricante de los mismos?

No. Eso supondría una restricción grave de la competencia¹⁵¹.

Pregunta 77: ¿Un proveedor puede obligar a los talleres de reparación autorizados a informar a sus clientes sobre si utiliza recambios originales o recambios de calidad equivalente?

Excepción hecha de los trabajos en garantía, para los que el proveedor puede imponer el uso de recambios suministrados por él, se considera una restricción especialmente grave que el proveedor utilice la obligación del taller de reparación de informar a sus clientes sobre el uso de recambios originales o de calidad equivalente como forma directa o indirecta para restringir el derecho del taller autorizado a comprar y utilizar estos recambios. En especial, el proveedor no puede recurrir a una obligación de este tipo para dar la impresión a los consumidores de que esos recambios son de menor calidad que los recambios originales suministrados por el fabricante del vehículo.

¹⁴⁹ Véase el considerando 17.

¹⁵⁰ Apartado 3 del artículo 5.

¹⁵¹ Véase la letra k) del apartado 1 del artículo 4.

Pregunta 78: ¿Puede obligarse a los talleres de reparación autorizados a realizar reparaciones en garantía, servicios posventa gratuitos y trabajos en el marco de una llamada a revisión utilizando recambios originales suministrados por el proveedor de los vehículos?

Sí. La letra k) del apartado 1 del artículo 4 establece que un proveedor de vehículos puede estipular que los recambios suministrados por él se utilicen para los trabajos de reparación mencionados¹⁵². Sin embargo, en lo referente a la reparación y el mantenimiento normales de un vehículo de motor que no se prestan gratuitamente (por ejemplo la revisión de los 30.000 km), el proveedor de los vehículos no puede exigir el uso de recambios originales suministrados por él, puesto que esto supondría una restricción de la libertad de los talleres de reparación autorizados de utilizar para los servicios de mantenimiento recambios originales o de calidad equivalente de otros proveedores¹⁵³.

Pregunta 79: ¿El proveedor puede obligar a los talleres de reparación autorizados a utilizar exclusivamente recambios de la marca de ese proveedor?

Este tipo de acuerdos, conocidos como obligaciones inhibitorias de la competencia¹⁵⁴, entre el taller de reparación autorizado y el proveedor de los vehículos o entre el taller de reparación autorizado y el proveedor de los recambios, no estarían cubiertos por la exención por categorías. Sin embargo, no se considera que la obligación de utilizar recambios de una marca concreta hasta un máximo del 30%¹⁵⁵ de las compras de recambios de la competencia por parte del taller de reparación autorizado sea una obligación inhibitoria de la competencia y, por tanto, estaría cubierta por el Reglamento¹⁵⁶, siempre que el taller de reparación autorizado tenga libertad para comprar estos productos al proveedor o a otras fuentes designadas por el proveedor, como por ejemplo los suministros cruzados de otros distribuidores o talleres autorizados¹⁵⁷.

Pregunta 80: ¿el Reglamento cubre los acuerdos en los que los proveedores de vehículos obliguen a los talleres de reparación autorizados a situar los recambios para vehículos de diferentes marcas en zonas distintas de la tienda de reparación?

No. Esto supondría una restricción indirecta del derecho del taller de reparación autorizado a reparar vehículos de otras marcas. Esta restricción no está cubierta por el

¹⁵² La reparación bajo garantía significa la sustitución de piezas rotas o defectuosas de un vehículo.

¹⁵³ Véase la letra k) del apartado 1 del artículo 4.

¹⁵⁴ Véanse la letra b) del apartado 1 del artículo 1 y la letra a) del apartado 1 del artículo 5.

¹⁵⁵ Calculado sobre la base del valor de sus compras de productos competidores en el año natural anterior.

¹⁵⁶ Véase la letra b) del apartado 1 del artículo 1.

¹⁵⁷ Letras b) y c) del apartado 1 del artículo 4.

Reglamento¹⁵⁸. Los proveedores podrían, sin embargo, obligar a los talleres de reparación autorizados a mantener un sistema ordenado para el almacenamiento de los recambios.

Pregunta 81: ¿Pueden los proveedores de vehículos tratar de impedir que los talleres de reparación autorizados vendan recambios originales a los talleres de reparación independientes?

No. Esto supondría una restricción grave de la competencia¹⁵⁹.

5.4.4. Obligaciones inhibitorias de la competencia impuestas a los talleres de reparación autorizados

Pregunta 82: ¿El Reglamento cubre a los proveedores de vehículos que prohíban a los talleres de reparación autorizados reparar diversas marcas en el mismo taller?

No. Esa restricción, directa o indirecta, no está cubierta por el Reglamento¹⁶⁰.

5.4.5. Traspaso de un taller de reparación autorizado

Pregunta 83: ¿ Los talleres de reparación autorizados tienen derecho a vender su taller a un concesionario o distribuidor?

Para estar cubierto por el Reglamento, un acuerdo entre un proveedor y un distribuidor o un taller de reparación autorizado tiene que prever el derecho del distribuidor o taller de reparación a traspasar todos sus derechos y obligaciones a cualquier otra empresa *del mismo tipo* de su elección que venda o repare la misma marca de vehículos de motor dentro del sistema de distribución¹⁶¹.

Por lo tanto, un taller de reparación autorizado tiene que ser libre de vender su negocio de reparación a otro taller de reparación autorizado para reparar la misma marca¹⁶². Sin embargo, un proveedor no tiene la obligación de permitir que un taller de reparación autorizado venda su taller a un concesionario, puesto que un concesionario no es una empresa *del mismo tipo*. Ahora bien, si el concesionario al que el taller de reparación desea vender su negocio de reparación autorizado es también un taller de reparación autorizado para la marca en cuestión, el proveedor no puede oponerse a la venta.

¹⁵⁸ Véase la letra b) del apartado 1 del artículo 5.

¹⁵⁹ Véase la letra i) del apartado 1 del artículo 4.

¹⁶⁰ Letra b) del apartado 1 del artículo 5.

¹⁶¹ Apartado 3 del artículo 3 y considerando 10.

¹⁶² Apartado 3 del artículo 3.

5.5. Operadores independientes del mercado posventa

Uno de los principales objetivos del Reglamento 1400/2002 es crear las condiciones adecuadas para que exista una competencia efectiva en los mercados de reparación y mantenimiento de los vehículos de motor y permitir que todos los operadores de esos mercados, incluidos los talleres de reparación independientes, ofrezcan servicios de alta calidad. La competencia efectiva está en el interés de los consumidores y les permite elegir entre proveedores alternativos de servicios de reparación y mantenimiento, tanto los autorizados por el fabricante de los vehículos como los del sector independiente.

5.5.1. Acceso a la información técnica

Si se pretende que la competencia sea efectiva, todos los operadores independientes que se dediquen a la reparación y el mantenimiento deben tener acceso a la misma información técnica, formación, herramientas y equipo que los talleres de reparación autorizados. El planteamiento del Reglamento 1400/2002¹⁶³ es más amplio que el del Reglamento 1475/95¹⁶⁴, tanto por lo que se refiere a los operadores que pueden acceder a la información como a los elementos a los que debe darse acceso.

El acceso debe ofrecerse de forma no discriminatoria¹⁶⁵, rápida y proporcionada, teniendo en cuenta las necesidades del operador independiente en cuestión. Asimismo, la información debe facilitarse en un formato que sea utilizable.

Sería abusivo denegar el acceso a la información cubierta por un derecho de propiedad intelectual o que constituya conocimientos técnicos en circunstancias en que tal denegación supusiera un abuso de posición dominante de conformidad con el artículo 82.

Pregunta 84: ¿Qué operadores pueden considerarse operadores independientes con arreglo al Reglamento?

El apartado 2 del artículo 4 del Reglamento ofrece una lista no exhaustiva de los operadores que pueden considerarse "operadores independientes". Por lo general, a efectos del Reglamento, los operadores independientes son empresas¹⁶⁶ que se dedican directa o indirectamente a la reparación y el mantenimiento de vehículos de motor¹⁶⁷. Entre los operadores independientes implicados directamente en la reparación o el mantenimiento figuran los talleres de reparación independientes (por ejemplo, talleres de carrocería, garajes independientes, cadenas de servicios rápidos), los operadores de asistencia en carretera y las asociaciones de automovilistas. Entre los que se consideran indirectamente implicados en la reparación y el mantenimiento figuran los editores de

¹⁶³ Véase el apartado 2 del artículo 4.

¹⁶⁴ Véase el punto 12 del apartado 1 del artículo 6 del Reglamento 1475/95.

¹⁶⁵ No debe haber ninguna discriminación entre talleres de reparación independientes y autorizados.

¹⁶⁶ El término "empresa" puede referirse a un particular, a una asociación o a una empresa.

¹⁶⁷ No es, por ejemplo, el caso de los expertos encargados de analizar los accidentes de carretera o de los fabricantes que deseen producir recambios.

información técnica, los distribuidores de recambios, los fabricantes de equipos o herramientas para reparaciones y los operadores que ofrezcan servicios de pruebas o formación para los talleres de reparación, puesto que todos ellos facilitan el trabajo de los talleres de reparación.

Pregunta 85: ¿Quién tiene que facilitar el acceso a la información técnica?

Incumbe al proveedor de vehículos de motor nuevos¹⁶⁸ adoptar las medidas necesarias para permitir a los operadores independientes tener el acceso requerido. Esta obligación es, sin embargo, compatible con el hecho de que el proveedor delegue la responsabilidad de facilitar este acceso a una empresa a la que el fabricante del vehículo haya confiado la distribución de la información técnica, como puede ser el importador nacional de la marca en cuestión.

Pregunta 86: ¿A qué tipo de información técnica debe tener acceso un operador independiente?

Los operadores independientes deben tener acceso a la misma información técnica que los talleres de reparación autorizados. Esto abarca toda la información necesaria para prestar los servicios de reparación y mantenimiento¹⁶⁹, incluida la que permita acceder a los sistemas electrónicos instalados en el vehículo y a los correspondientes sistemas de diagnóstico y prestar los servicios pertinentes. Ello comprende también la información en forma de lenguaje natural¹⁷⁰, así como los datos electrónicos. Si un fabricante proporciona asistencia técnica a sus talleres de reparación autorizados a través de un teléfono o una línea de ayuda de internet, también debe ofrecerse esa ayuda a los operadores independientes.

Pregunta 87: ¿A qué tipo de herramientas y equipos debe tener acceso un operador independiente?

Los operadores independientes deben tener acceso a las mismas herramientas que los talleres de reparación autorizados. Esto incluye herramientas manuales y máquinas, soportes físicos y lógicos¹⁷¹, equipos de diagnóstico y demás equipamiento necesario para los servicios de reparación y mantenimiento. Cuando un proveedor alquile herramientas a los talleres de reparación autorizados, también debe poner ese servicio a disposición de los operadores independientes.

¹⁶⁸ Véase el primer párrafo del apartado 2 del artículo 4.

¹⁶⁹ El acceso sólo se refiere a la información necesaria para llevar a cabo actividades de reparación y mantenimiento. Por lo tanto, no están obligados a dar acceso a la formación relacionada, por ejemplo, con la gestión de una empresa de reparación o con la utilización de un sistema de contabilidad.

¹⁷⁰ Ya sea impreso, voz grabada o en formato electrónico.

¹⁷¹ Incluidos el soporte físico y lógico necesarios para utilizar y reprogramar los sistemas de a bordo.

Pregunta 88: ¿Los operadores independientes tienen derecho a recibir formación?

Los operadores independientes deben tener acceso a la misma formación técnica requerida para los servicios de reparación y mantenimiento que los talleres de reparación autorizados. Esto abarca tanto la formación en línea como la formación asistencial, en la que el mecánico o el técnico tiene que estar presente personalmente.

Pregunta 89: ¿Pueden cobrar los proveedores por la información técnica, las herramientas o la formación?

Sí. Pero el precio no deberá ser más alto que el cobrado a los talleres de reparación autorizados. Si esos servicios se facilitaran gratuitamente a los talleres de reparación autorizados, también deberán prestarse sin gastos a los operadores independientes.

Pregunta 90: ¿Un proveedor puede cobrar a un operador independiente un lote grande de información si lo único que necesita es la información que le permita realizar un trabajo concreto?

No¹⁷². El precio cobrado por la información debe tener en cuenta el uso que el operador independiente va a hacer de ella¹⁷³ y no debe ser tan alto que desaliente el acceso a ella. Aunque la información suela facilitarse en grandes lotes a los talleres de reparación autorizados, se debe permitir que los operadores independientes compren lotes más pequeños o informaciones concretas. Si, por ejemplo, un taller de reparación desea prestar servicios para un modelo en particular, no debe verse obligado a pagar la información relativa a toda la gama. Del mismo modo, si un operador de “servicios rápidos” quiere conocer la presión correcta de los neumáticos de toda la gama de vehículos, no debe verse obligado a comprar información no relacionada con los neumáticos.

Pregunta 91: ¿Con qué celeridad debe recibir el operador independiente la información?

La información debe facilitarse a los operadores independientes con la misma rapidez con que se ponga a disposición de los talleres de reparación autorizados¹⁷⁴. No es, por lo tanto, permisible que los proveedores faciliten la información a los operadores independientes sólo después de habérsela facilitado a sus talleres de reparación autorizados. Los proveedores tienen que adoptar las medidas necesarias en términos de infraestructura y personal para alcanzar este objetivo. Cuando la información ya se haya proporcionado a todos los talleres de reparación autorizados, también debe facilitarse a los operadores independientes que la soliciten con la suficiente rapidez para permitirles efectuar una reparación para sus clientes sin demora injustificada. Cuando la información técnica se suministre habitualmente a los talleres de reparación autorizados a través de sistemas de transmisión de datos individualizados de un tipo que no suelen utilizar los

¹⁷² Apartado 2 del artículo 4 y considerando 26.

¹⁷³ Considerando 26.

¹⁷⁴ Considerando 26.

operadores independientes, tal información debe facilitarse a los operadores independientes que la soliciten por otros medios electrónicos rápidos como el correo electrónico o las descargas de internet.

La información sobre nuevos modelos deberá ponerse a disposición de los operadores independientes al mismo tiempo que se facilita a los talleres de reparación autorizados.

Pregunta 92: ¿Pueden los editores de información técnica redistribuir la información que hayan recibido de un proveedor de vehículos de motor?

Los editores de información técnica recopilan la información de diversos proveedores y la suelen publicar en un formato estandarizado que puede ser utilizado fácilmente por los talleres de reparación independientes, simplificando con ello el acceso a la misma. Esto es especialmente importante para los pequeños operadores independientes que reparan vehículos de motor de diferentes fabricantes, para los que el acceso directo a sistemas de distintos fabricantes podría resultar demasiado difícil o complejo.

Pregunta 93: Con arreglo al Reglamento ¿puede un distribuidor de recambios independiente solicitar a los fabricantes el derecho a revender la información?

Al igual que los editores de información técnica, los revendedores de recambios independientes tienen derecho a acceder a la información técnica para su propio uso, es decir, a fin de que les permita comercializar recambios de manera eficiente y apropiada. Si no contaran con ese acceso no estarían en condiciones de tener a sus clientela —o sea, a los talleres de reparación— al corriente de los recambios necesarios para un trabajo concreto.

Si esa información no estuviera disponible en el punto de venta, los talleres de reparación independientes tendrían que conseguirla posteriormente del proveedor de los vehículos de motor. Esto llevaría mucho más tiempo y sería más complicado y pondría a los talleres independientes en situación de desventaja competitiva en comparación con los talleres autorizados, que obtienen tanto las piezas como la información técnica de la misma fuente. Si un proveedor se negara a conceder a los distribuidores independientes de recambios el derecho a revender información técnica, esto impediría la competencia efectiva entre talleres independientes y autorizados y supondría una restricción indirecta importante de la competencia¹⁷⁵.

Pregunta 94: ¿Hay circunstancias excepcionales en las que un proveedor pueda negarse a conceder acceso a la información técnica?

Como excepción a la regla general, el Reglamento especifica¹⁷⁶ que resulta legítimo y apropiado que un proveedor deniegue el acceso a la información técnica que pudiera permitir a un tercero contrarrestar o neutralizar los dispositivos antirrobo instalados a

¹⁷⁵ Apartado 2 del artículo 4 del Reglamento.

¹⁷⁶ Véase el considerando 26.

bordo, recalibrar los dispositivos electrónicos¹⁷⁷ o manipular indebidamente los dispositivos que, por ejemplo, limiten la velocidad del vehículo.

Sin embargo, está claro que muchos operadores independientes se enfrentarán con frecuencia a situaciones en las que el acceso a esta clase de información sea necesario para realizar su trabajo. Por ejemplo, los operadores de asistencia en carretera¹⁷⁸ deben poder hacer su trabajo sin dificultades innecesarias. La información puesta a disposición de la Comisión demuestra que, en un amplio porcentaje, las peticiones de intervención proceden de consumidores que no pueden arrancar su vehículo a pesar de tener la llave de contacto. Otro problema frecuente es el de los consumidores que han cerrado su vehículo, dejando la llave dentro. Indudablemente, en estas circunstancias, es necesario que los operadores de asistencia en carretera puedan tener la información necesaria para actuar y poner al consumidor al volante de su vehículo, aunque éste esté equipado con un dispositivo antirrobo electrónico. Del mismo modo, los talleres independientes también pueden encontrarse en situaciones en las que no puedan ofrecer el servicio al vehículo sin tener acceso a este tipo de información. Un ejemplo podría ser cuando la retirada de la batería o de un componente electrónico durante el mantenimiento rutinario dispare un dispositivo destinado a inmovilizar el vehículo en caso de robo.

La excepción debe interpretarse, por lo tanto, de forma estricta y los proveedores sólo pueden denegar la información referente a los dispositivos de este tipo si no existen otros medios menos restrictivos para lograr la protección contra el robo, el recalibrado o la manipulación indebida. Un método menos restrictivo podría ser proteger un dispositivo de limitación de velocidad por medio de códigos de acceso independientes que eviten cualquier modificación del soporte físico o lógico estándar pertinente, pero que permitan a un taller de reparación independiente instalar actualizaciones de los programas informáticos durante el trabajo de reparación y mantenimiento.

En cuanto a la protección antirrobo, está claro que podría facilitarse a los operadores de asistencia en carretera y talleres independientes información que sólo pudiera ser utilizada por alguien que tenga también la llave de contacto del consumidor. Una manera segura alternativa de transmitir la información necesaria para mantener o reparar un vehículo de motor podría ser también el uso de un sistema de transmisión de datos compatible con los requisitos de la norma ISO DIS 15764 referente a la seguridad de la transmisión de datos o a las denominadas "técnicas de programación *pass-through*" por las cuales un vehículo está directamente conectado con el fabricante de vehículos, que realiza la reprogramación del vehículo de motor.

5.5.2. La relación entre talleres de reparación independientes y autorizados

Un taller de reparación independiente, según se define en la letra m) del apartado 1 del artículo 1 del Reglamento, es un operador independiente que presta servicios de reparación y mantenimiento de vehículos de una marca determinada sin haber sido designado por el fabricante de la marca en cuestión. Los talleres de reparación independientes aportan la sana competencia a la red de talleres de reparación autorizados.

¹⁷⁷ Denominados comúnmente "ajuste de los microprocesadores".

¹⁷⁸ Por ejemplo asociaciones de automovilistas.

Un taller de reparación puede actuar como taller independiente para algunas marcas y como taller autorizado para otras. Un taller independiente también puede ser un distribuidor autorizado (es decir, un "concesionario") de una o varias marcas de vehículos de motor nuevos.

6. DEFINICIÓN DEL MERCADO Y CÁLCULO DE CUOTAS DE MERCADO

6.1. Principios de la definición de mercado

La correcta delimitación de un mercado de referencia plantea problemas factuales y puede evolucionar a lo largo del tiempo, entre otras cosas debido a las nuevas oportunidades que abre el Reglamento. Los acuerdos verticales en el sector automovilístico se refieren a un gran número de productos muy distintos. Como consecuencia de ello, y a pesar de tratarse de un Reglamento específico de un sector, éste no fija los límites en términos geográficos o de producto de los mercados a los que se aplica. En cuanto a la definición del mercado, la Comisión sigue el planteamiento establecido en la Comunicación correspondiente¹⁷⁹. Tiene en cuenta, asimismo, decisiones previas en las que se hayan definido con precisión los mercados de referencia¹⁸⁰, sin perjuicio de la evaluación de los cambios que hayan podido producirse desde la adopción de la decisión y tomando en consideración el nivel del comercio al que se refiera la definición de mercado de dicha decisión¹⁸¹. Las Directrices de la Comisión relativas a las restricciones verticales también aclaran algunos aspectos que pueden plantearse en relación con los acuerdos verticales¹⁸².

A continuación se ilustran diversos principios establecidos en estas comunicaciones, que pueden servir de guía para la definición de los mercados con arreglo al Reglamento. Tal ilustración se brinda para facilitar la comprensión del lector y no sustituye dichas comunicaciones ni prejuzga la definición de los mercados de la Comisión en un caso concreto.

- (1) El Reglamento establece que la sustituibilidad de un producto a efectos de la definición del mercado se ha de evaluar desde la perspectiva del comprador¹⁸³. Lo mismo ocurre en la Comunicación sobre la definición del mercado, en la que se hace hincapié, entre otros factores, en la sustituibilidad de la demanda en respuesta a un aumento de precios pequeño pero duradero. El análisis de la sustituibilidad de la demanda implica la determinación del abanico de productos o áreas geográficas que el consumidor considera sustitutivos y la evaluación del alcance de la reacción

¹⁷⁹ Comunicación de la Comisión relativa a la definición de mercado de referencia a efectos de la normativa comunitaria en materia de competencia, DO C 372 de 9.12.1997, p.5.

¹⁸⁰ Por ejemplo, en la Decisión de la Comisión de 14.3.2000 en el asunto nº COMP/M.1672 – Volvo/Scania (DO L 143 de 29.5.2001, p. 74), los camiones se subdividieron en los segmentos ligeros (por debajo de 5 toneladas), medios (5 a 16 toneladas) y pesados (más de 16 toneladas), y los mercados se definieron como nacionales. La lista de decisiones adoptadas por la Comisión en aplicación de la normativa comunitaria de competencia se puede consultar en la siguiente dirección: http://europa.eu.int/comm/competition/index_es.html.

¹⁸¹ Por lo tanto, la definición de un mercado de productos y geográfico de referencia en una decisión en la que se evalúe, por ejemplo, la fusión de varios fabricantes de componentes de automoción, no siempre será adecuada para determinar el mercado de productos de referencia afectado por un acuerdo de distribución y servicios posventa relativo al mismo componente utilizado como recambio junto con todos los demás recambios necesarios para prestar servicios de reparación.

¹⁸² Directrices relativas a las restricciones verticales, sección V, puntos 88 a 99.

¹⁸³ Letras a), b) y c) del apartado 1 del artículo 8.

de la demanda a unos incrementos de precios pequeños pero duraderos de, por ejemplo, un 5-10% ¹⁸⁴.

- (2) En consonancia con la distinción establecida en el Reglamento, por norma general deberían examinarse por separado la venta de vehículos de motor nuevos y la venta de recambios y prestación de servicios de reparación y mantenimiento ¹⁸⁵. Por lo que se refiere a los recambios, debe examinarse atentamente la existencia de sustitutos reales en el mercado. En unos casos puede haber sustitutos ¹⁸⁶ y en otros, no ¹⁸⁷.
- (3) El nivel del comercio en el que se concluye un acuerdo vertical debe tenerse en cuenta para evaluar la sustituibilidad y, por tanto, definir el o los mercados afectados ¹⁸⁸. No puede excluirse, por ejemplo, que el mismo recambio forme parte de distintos mercados de referencia, dependiendo de la fase de la cadena de producción o distribución en el que se concluya el acuerdo (por ejemplo, primer suministro franco fábrica, comercio mayorista o minorista) ¹⁸⁹.

¹⁸⁴ Método “SSNIP” (*small but significant and non-transitory increase in selling prices*). A efectos de la definición del mercado, la Comunicación de la Comisión privilegia la sustituibilidad de la demanda frente a la sustituibilidad de la oferta.

¹⁸⁵ Podría definirse un solo mercado que abarcara tanto los vehículos de motor como los recambios, teniendo en cuenta, entre otras cosas, la vida útil del vehículo, así como las preferencias y los hábitos de compra de los usuarios; véase la Comunicación sobre la definición del mercado, punto 56. En la práctica, la cuestión que se ha de dilucidar es si un porcentaje significativo de compradores hace su elección teniendo en cuenta los costes de vida útil del vehículo o no. Los hábitos de compra pueden diferir significativamente, por ejemplo entre compradores de flotas de camiones, que tienen en cuenta los costes de mantenimiento en el momento de adquirir el vehículo (valgan como ejemplo las compras agrupadas y los contratos de utilización de camiones facturados al precio por km), y compradores de un solo vehículo.

¹⁸⁶ Así ocurre en el caso de los productos utilizados en reparaciones u operaciones de mantenimiento sencillas. Por ejemplo, en un mismo vehículo pueden instalarse, en condiciones seguras, distintos modelos de baterías presentes en el mercado.

¹⁸⁷ En el caso de muchos recambios de una marca concreta, al poder darse la circunstancia de que no haya fuentes de suministro alternativas en el mercado, los consumidores finales no podrían reparar sus coches con recambios distintos. Por lo tanto puede considerarse que, al no tener sustitutos, los recambios de una marca concreta forman un mercado de productos de referencia que se ve afectado por el acuerdo entre un proveedor y su red de talleres autorizados.

¹⁸⁸ Directrices relativas a las restricciones verticales, puntos 91 a 94.

¹⁸⁹ Los acuerdos de suministro y venta al por mayor de componentes o recambios pueden ser concluidos por partes cuyas actividades se extiendan geográficamente a varios Estados miembros o a todos ellos, dando lugar así a la correspondiente definición de los mercados geográficos (véase, por ejemplo, la Decisión de la Comisión de 25.1.2002 en el asunto n° COMP/M.2696 – TMD/MENETA/MAST, en la que la Comisión consideró que el mercado geográfico de referencia para la producción de cuñas antivibración para frenos de disco de automóviles se extendía, cuando menos, por toda la UE). Los acuerdos verticales correspondientes a una fase posterior, como la de la distribución, pueden afectar a mercados definidos de forma más restrictiva. Los acuerdos correspondientes a la fase inmediatamente anterior a la de la venta al por menor suelen afectar a compradores para los que resulta oportuna una delimitación nacional o regional del mercado de referencia.

- (4) En el caso de la distribución de productos finales, como los vehículos de motor, o de la prestación de servicios de reparación y mantenimiento a consumidores finales, lo sustituible desde el punto de vista de los compradores que operan como minoristas —tales como distribuidores autorizados o talleres integrados en un sistema de distribución— se verá normalmente determinado por las preferencias de los usuarios finales. Si una serie de automóviles no son intercambiables desde la óptica de los usuarios finales, también se considerarán no sustituibles desde la perspectiva de los distribuidores que los venden¹⁹⁰. En cambio, si se trata de un producto intermedio que no es reconocible en la mercancía final, las preferencias de los usuarios finales no determinarán en una medida significativa las de los compradores de tal producto intermedio, por ejemplo el fabricante del vehículo¹⁹¹.
- (5) Es necesario examinar la existencia de cadenas de sustitución de productos que no sean directamente sustituibles. Si no se dispone de ningún precedente consolidado para la definición del mercado de referencia, las posibles cadenas de sustitución son particularmente importantes y deben estudiarse en relación con distintas gamas de vehículos¹⁹².
- (6) Por cuanto se refiere a los servicios posventa y a los recambios, el acuerdo vertical entre un proveedor de vehículos de motor y la red de talleres autorizados de su marca abarca a menudo un conjunto de bienes contractuales, así como los servicios, la asistencia y la cesión de derechos de propiedad intelectual. Esta agrupación, unida a importantes inversiones específicas de la marca, permite a la red autorizada prestar servicios de reparación de vehículos de la marca en cuestión. En tales casos, el proveedor calcula sus cuotas de mercado sobre la base del valor de los bienes —en particular los recambios— que suministra a su red, es decir, el mercado entre los proveedores y los talleres, y del valor de los servicios que presta la red, es decir, el mercado posterior entre talleres y usuarios finales¹⁹³.

¹⁹⁰ Por ejemplo, dos coches distintos, como pueden ser un vehículo comercial ligero y una limusina lujosa, no se considerarán sustituibles desde el punto de vista del comprador si no son sustituibles para el consumidor final, independientemente de que el distribuidor compre los dos para su posterior reventa.

¹⁹¹ Por ejemplo, tratándose de un componente que se ha de ensamblar en el montaje de un vehículo, el mercado de productos podría definirse en función de las preferencias de un fabricante de automóviles. Un acuerdo vertical concluido entre éste último y un proveedor de componentes afectaría a un hipotético mercado de, por ejemplo, “bombas de inyección para motores diésel destinadas a vehículos ligeros, incluidos turismos y vehículos comerciales ligeros” (véase, por ejemplo, la Decisión de la Comisión de 11.7.1996 en el asunto nº IV/M.768 – Lucas/Varity).

¹⁹² Comunicación sobre la definición de mercado, punto 57. Por ejemplo, en presencia de tres categorías (o segmentos) de vehículos A, B y C, de las cuales A se considera intercambiable con B pero no con C, en tanto que B se considera intercambiable con C, el mercado de productos de referencia puede abarcar vehículos de las tres categorías A, B y C. A pesar de la falta de sustituibilidad directa entre los extremos A y C, su sustituibilidad con la categoría “vecina” B podría condicionar en una medida suficiente el comportamiento competitivo de los proveedores de A y C.

¹⁹³ Considerando 7 y Directrices relativas a las restricciones verticales, punto 95.

6.2. Ejemplos de definición del mercado y cálculo de cuotas de mercado

Artículo 8

Cálculo de la cuota de mercado

1. Las cuotas de mercado establecidas en el presente Reglamento se calcularán:
 - (a) para la distribución de vehículos de motor nuevos, sobre la base del volumen de bienes contractuales y bienes correspondientes vendidos por el proveedor, junto con cualesquiera otros bienes vendidos por el proveedor que sean considerados intercambiables o sustituibles por el comprador, en razón de sus características, precios y uso previsto;
 - (b) para la distribución de recambios, sobre la base del valor de los bienes contractuales y otros bienes vendidos por el proveedor, junto con cualesquiera otros bienes vendidos por el proveedor que sean considerados intercambiables o sustituibles por el comprador, en razón de sus características, precios y uso previsto;
 - (c) para los servicios de reparación y mantenimiento, sobre la base del valor de los servicios contractuales vendidos por los miembros de la red de distribución del proveedor, junto con cualesquiera otros servicios vendidos por esos miembros que sean considerados intercambiables o sustituibles por el comprador, en razón de sus características, precios y uso previsto.

Si no se dispusiera de los datos sobre el volumen de ventas necesarios para estos cálculos, se utilizarán los datos relativos al valor, o viceversa. Si tal información no estuviera disponible, podrán utilizarse estimaciones basadas en otros datos del mercado fiables. A efectos del apartado 2 del artículo 3, se utilizarán el volumen o el valor de las compras en el mercado, o las estimaciones correspondientes, para calcular la cuota de mercado

Artículo 1

Definiciones

(...)

2. Los términos "empresa", "proveedor", "comprador", "distribuidor" y "taller de reparación" incluirán a sus respectivas empresas vinculadas

Se entenderá por "empresas vinculadas":

- (a) las empresas en que una de las partes disponga directa o indirectamente:
 - (i) de más de la mitad de los derechos de voto, o
 - (ii) del poder de designar a más de la mitad de los miembros del consejo de vigilancia, del consejo de administración o de los órganos que representen legalmente a la empresa, o
 - (iii) del derecho de gestionar los asuntos de la empresa
- (b) las empresas que, directa o indirectamente, dispongan respecto de una de las partes del acuerdo los derechos o facultades enumerados en la letra a);
- (c) las empresas en las que una empresa contemplada en la letra b) posea, directa o indirectamente, los derechos y facultades enumerados en la letra a);
- (d) las empresas en las que una parte del acuerdo, junto con una o varias de las empresas contempladas en las letras a), b) o c), o en las que dos o más de estas últimas empresas posean conjuntamente los derechos o facultades enumerados en la letra a);
- (e) las empresas en las que los derechos o facultades enumerados en la letra a) sean de propiedad compartida entre:

- | | |
|------|--|
| (i) | las partes en el acuerdo o sus respectivas empresas vinculadas mencionadas en las letras a) a d); o |
| (ii) | una o más partes en el acuerdo o una o más de sus empresas vinculadas mencionadas en las letras a) a d) y una o más terceras partes. |

A efectos de la aplicación del Reglamento, las cuotas de mercado pertinentes son las que posee el proveedor, excepto en los acuerdos que contengan obligaciones de suministro exclusivo¹⁹⁴, en cuyo caso son pertinentes las cuotas de mercado del comprador. Los términos “proveedor” y “comprador” en el sentido del Reglamento no se limitan a la entidad legal que es parte en el acuerdo, sino que también abarcan a las demás empresas vinculadas que formen juntas una empresa en el sentido del artículo 1 del artículo 81. Como consecuencia de ello, para calcular las cuotas de mercado relativas a un acuerdo concluido por una marca que sea una entidad legal separada, deberían sumarse a efectos del Reglamento las ventas en el mercado de referencia de las demás marcas que formen parte de la misma empresa, incluidas sus empresas vinculadas.

El cálculo de las cuotas de mercado se puede ilustrar con cuatro ejemplos típicos, aunque hipotéticos. Tal ilustración se brinda para facilitar la comprensión del lector y no prejuzga la definición de los mercados de la Comisión en un caso concreto.

Ejemplo a): Cálculo de las cuotas de mercado de un modelo de coche específico cuando existe una cadena de sustitución entre diferentes mercados de productos posibles

Un proveedor está preocupado por el éxito en su Estado miembro de origen de un nuevo modelo de coche destinado a consumidores urbanos (segmento C según la clasificación utilizada por la Comisión en sus informes semestrales sobre los precios de coches y clasificaciones similares utilizadas en informes industriales). En decisiones anteriores de la Comisión no se han definido con precisión los mercados de turismos¹⁹⁵. El proveedor desea analizar si la elevada cuota de mercado de este modelo en comparación con la de los modelos competidores pertenecientes al mismo segmento tiene consecuencias sobre la cobertura de sus acuerdos de distribución por el Reglamento. Habida cuenta de que los

¹⁹⁴ Véase la definición de la letra e) del apartado 1 del artículo 1.

¹⁹⁵ Los turismos pueden subdividirse en segmentos en función de factores objetivos como la potencia, la carrocería o el precio. En decisiones anteriores de la Comisión no se ha definido con precisión el mercado de referencia de la venta de turismos con arreglo al artículo 81 o al Reglamento (CEE) n° 4064/89 del Consejo, de 21 de diciembre de 1989, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas (DO L 395 de 30.12.1989; versión rectificada en DO L 257 de 21.9.1990, p. 13). En el caso de las concentraciones de fabricantes de coches, aun recurriendo a las definiciones de mercado más reducidas sobre la base de la clasificación industrial de vehículos en distintos segmentos, la definición exacta no alteraba la evaluación del asunto. A efectos de la aplicación del artículo 81, las infracciones consideradas se referían a restricciones de la competencia por objeto, apreciables también sobre la base de definiciones de mercado distintas, por lo que se dejaba abierta la definición exacta. Por lo que se refiere a las concentraciones, véanse, por ejemplo, los asuntos M.416 BMW/Rover, M.741 Ford/Mazda, M.1204 DaimlerBenz/Chrysler, M. 1283, Volkswagen/Rolls Royce, M.1326 Toyota/Daihatsu, M.1416 Hyundai/Kia, M.1452 Ford/Volvo, M.1847 GM/Saab, M.1998 Ford/Land-Rover, M.2832 General Motors/Daewoo. Ninguna de estas concentraciones planteaba problemas partiendo de la definición de mercado más restrictiva posible. En lo relativo a la aplicación del artículo 81, véase, por ejemplo, Volkswagen I (1998) y II (2001), Opel (2000), DaimlerChrysler (2001).

distribuidores realizan sus compras sobre una base nacional, de que existen grandes diferencias en términos de precios y penetración en el mercado entre los Estados miembros y de que el comercio paralelo es escaso, cabe presumir que los mercados de venta al por menor habitualmente podrán considerarse nacionales.

El modelo de base de este coche se vende a 15 000 euros, pero las opciones pueden incrementar su precio en un 33%, hasta alcanzar los 20 000 euros, un nivel similar a los precios de venta de los modelos básicos del segmento superior D. Un estudio de mercado muestra que existe un solapamiento de precios similar con el segmento inferior B. En tales situaciones, la cadena de sustitución entre los tres mercados de productos posibles puede justificar el establecimiento de un único mercado de productos de referencia que abarque los tres segmentos si se determina un grado suficiente de sustitución entre los segmentos¹⁹⁶. El proveedor calcula, por tanto, su cuota de mercado sobre la base del número de todos sus modelos pertenecientes a los segmentos B, C y D que suministra a su red de distribución y que se venden en el mercado geográfico de referencia, es decir, el Estado miembro, dividido entre el número total de modelos pertenecientes a los segmentos B, C y D vendidos en dicho mercado.

Ejemplo b): Acuerdos de distribución relativos a ventas al por menor de turismos concluidos entre un fabricante de automóviles y su red de distribuidores autorizados

Un proveedor de turismos comercializa su gama de productos a través de una red de distribuidores autorizados en los quince Estados miembros de la Unión Europea, utilizando un sistema de distribución selectiva cuantitativa. Tal sistema está cubierto por el Reglamento si el proveedor tiene una cuota inferior al 40% en los mercados de referencia afectados por los acuerdos de distribución. Según las Directrices relativas a las restricciones verticales y diversas decisiones adoptadas por la Comisión, la venta de coches al por menor se suele considerar un mercado distinto del de la fabricación y la venta al por mayor¹⁹⁷. Como parece ser que en la actualidad los distribuidores compran, efectivamente, sobre una base nacional, que existen grandes diferencias en términos de precios y penetración en el mercado entre los Estados miembros y que el comercio paralelo es escaso, los mercados de venta al por menor se consideran nacionales. La gama de productos abarca varios modelos de coches, comprados principalmente por consumidores cuyas preferencias individuales por un tipo de coche concreto determinan

¹⁹⁶ Un ejemplo de segmentación examinado por la Comisión es el siguiente: A: coches mini (por ej. Smart), B: coches pequeños (Fiat Punto), C: coches medianos (VW Golf), D: coches grandes (Volvo S-70), E: coches ejecutivos (Audi A6), F: coches de lujo (Mercedes Class S), S: coches deportivos (Ferrari), M: coches multiuso (o monovolúmenes MPV, Renault Espace), J: vehículos de ocio (incluidos los todoterreno, Suzuki Vitara). Véanse los asuntos M.416 BMW/Rover y M. 1452 Ford/Volvo. En una cadena de sustitución, varios de estos segmentos podrían agruparse en distintos mercados de productos, de modo que habría menos mercados de referencia que segmentos. Sin embargo, es dudoso que tal cadena de sustitución pudiera ampliarse hasta abarcar todos los segmentos.

¹⁹⁷ Directrices relativas a las restricciones verticales, puntos 91-92. Por cuanto se refiere a la distribución de automóviles, véanse, por ejemplo, los asuntos M.182 Inchape/IEP, M.1592 Toyota Motor/Toyota Denmark, M.1036 Chrysler/Distribuidores (BeNeLux, Alemania), M.1761 Toyota Motor/Toyota France.

las del distribuidor autorizado¹⁹⁸. Los modelos vendidos por la red se clasifican en los segmentos B, C y D.

El proveedor calcula entonces su cuota o cuotas de mercado en el año natural precedente para cada uno de los tres mercados de productos posibles, basándose, por ejemplo, en datos públicos sobre matriculaciones de vehículos en cada Estado miembro. El cálculo también incluye las ventas al por menor realizadas por el proveedor a través de puntos de venta propios¹⁹⁹.

Si las ventas totales de todas las marcas pertenecientes al mismo proveedor son inferiores al 40% en cada uno de los mercados de productos B, C y D barajados y en cada uno de los Estados miembros, los acuerdos cumplen la condición general establecida en el apartado 1 del artículo 3 del Reglamento²⁰⁰. Si en uno o varios Estados miembros se supera el umbral en alguno de los mercados posibles, ha de examinarse la cuestión de si una cadena de sustitución llevaría a una definición más amplia del mercado de productos que abarcara los tres mercados de productos barajados.

Ejemplo c): Acuerdos de servicios concluidos entre un fabricante de automóviles y su red de talleres autorizados

Un fabricante de turismos crea una red de talleres para su marca, a la que encomienda el cumplimiento de su garantía. Además, el fabricante suministra recambios a la red y da a los talleres acceso a la logística de la cadena de suministro, a programas informáticos y a elementos protegidos por derechos de propiedad intelectual. Los miembros del sistema pueden dar a conocer su calidad de talleres autorizados de la marca y utilizar la marca registrada en sus instalaciones y en su publicidad. Los talleres autorizados tienen que realizar importantes inversiones específicas de la marca que les permiten prestar la gama completa de servicios de reparación y mantenimiento para todos los vehículos de la marca. Como el suministro a la red se organiza sobre una base nacional y los miembros de la red pueden comprar, y de hecho compran, en condiciones comerciales similares sobre esa base, se considera que el mercado nacional es el mercado geográfico de referencia afectado por el acuerdo.

El suministro de recambios y la prestación de servicios de reparación y mantenimiento se consideran actividades distintas del mercado de venta de los correspondientes vehículos nuevos²⁰¹. Supongamos que los estudios de mercado concluyen en este ejemplo que, a

¹⁹⁸ Véase la sección 6.1, punto (4).

¹⁹⁹ Letra b) del apartado 2 del artículo 8.

²⁰⁰ En este ejemplo, las elevadas cuotas de mercado en el ámbito de los vehículos deportivos de una marca distinta pero controlada por la misma empresa serían irrelevantes, puesto que tales vehículos no pertenecen al mercado de referencia afectado por los acuerdos de distribución. Lo mismo ocurriría si esas cuotas elevadas se poseyeran en otros Estados miembros que no formaran parte del mercado de referencia afectado por el acuerdo o correspondieran a productos que no compiten con los turismos, ya estén cubiertos por el Reglamento —por ej., autocares— o no —por ej., motos—.

²⁰¹ Véase la sección 6.1, punto (4); por ejemplo, los coches en cuestión los compran principalmente consumidores finales, tienen una vida útil media de doce años y cambian varios veces de propietario. Los costes de los servicios apenas influyen en la elección de compra entre varios vehículos competidores. Véase también el asunto M.416 BMW/Rover.

pesar de que otros talleres prestan servicios para coches de una cierta antigüedad de la marca en cuestión o realizan operaciones sencillas de reparación y mantenimiento, como el cambio de aceite, baterías o neumáticos, sólo la red autorizada puede prestar y, de hecho, presta los servicios para la mayoría de los coches de la marca en los distintos mercados geográficos. Si los propietarios de los coches no consideran los servicios de reparación específicos de su marca sustituibles por servicios de reparación no específicos de una marca, y si muchos recambios específicos de una marca no pueden sustituirse por otros para prestar tales servicios, el valor total del mercado de la red autorizada es igual al valor de los servicios prestados para los vehículos de la marca en cuestión en el mercado nacional durante el año natural precedente, o a las estimaciones correspondientes²⁰².

En esta situación, el proveedor debe calcular sus cuotas de mercado en el o los mercados nacionales sobre la base tanto del valor de los servicios de reparación y mantenimiento prestados por la red como del valor de los recambios —que en parte son exclusivos de la marca— que vende a su red²⁰³. Los recambios suministrados gratuitamente para cumplir las obligaciones legales en materia de garantía no se incluyen en el cálculo. En este ejemplo es probable que la cuota de mercado del proveedor y de su red sea superior al umbral del 30% establecido en el apartado 1 del artículo 3 del Reglamento para aquellos recambios empleados en su gama de productos que no sean sustituibles por recambios de otras marcas y para aquellos servicios prestados por la red autorizada que no sean prestados por talleres independientes. Esto dependerá de la penetración en el mercado de los proveedores independientes de recambios originales específicos de una marca y piezas de calidad equivalente.

Ejemplo d): Cálculo de las cuotas de mercado de una red de franquicias de talleres independientes

Un proveedor que no fabrica automóviles organiza una red de talleres en forma de sistema de distribución exclusiva, es decir, un sistema en el que se asignan áreas geográficas exclusivas a cada taller. Asimismo, aplica normas cualitativas a la prestación de servicios de reparación y permite a la red que utilice derechos de propiedad intelectual y le proporciona asistencia técnica y comercial para la explotación y el mantenimiento de una imagen de marca distintiva. Además, suministra directamente recambios o fija normas para piezas que se utilizarán en la red para la prestación de servicios de reparación y mantenimiento. La red sólo presta servicios de reparación y mantenimiento sencillos para cualquier marca de coches. Como el suministro a la red se organiza sobre una base nacional y los miembros de la red pueden comprar y, de hecho, compran en condiciones comerciales similares sobre esa base, se considera que el mercado nacional es el mercado geográfico de referencia afectado por el acuerdo.

El Reglamento cubre los acuerdos por los que se crea la red si la cuota de mercado del proveedor no supera el 30% en ninguno de los mercados de productos o servicios afectados. La red presta servicios no específicos de una marca y los consumidores pueden elegir, en lo relativo a la gama de servicios ofrecidos por la red, entre distintos

²⁰² Véase la sección 6.1, punto (2), y el último párrafo del apartado 1 del artículo 8. Las estimaciones del valor de los servicios prestados pueden calcularse partiendo del parque automovilístico en uso en un área determinada.

²⁰³ Véase el apartado 1 del artículo 8, en particular las letras b) y c), y la sección 6.1, punto (2).

proveedores del servicio en cuestión, por ejemplo la red de reparación del fabricante, otras redes de reparaciones rápidas o talleres independientes. La condición general establecida en el apartado 1 del artículo 3 del Reglamento se cumple, por tanto, si los competidores prestan el 70% o más de los servicios de reparación y mantenimiento en el mercado de referencia para todos los turismos en ese Estado miembro y si, en cada categoría de piezas de recambio, el valor de los recambios vendidos por el proveedor a la red es igual o inferior al 30% del valor de compra de los recambios utilizados en tales reparaciones en el mercado en su conjunto.

7. DISTRIBUCIÓN Y ACCESO A LOS RECAMBIOS

El Reglamento 1400/2002 pretende garantizar la competencia en el mercado de los recambios. A tal fin, enumera una serie de restricciones especialmente graves y no permite a los proveedores, en particular a los fabricantes de automóviles y a sus importadores, que restrinjan el derecho de sus distribuidores y talleres autorizados a obtener de terceras empresas de su elección los recambios originales y recambios de calidad equivalente y destinarlos a la reparación y el mantenimiento de automóviles²⁰⁴. Los fabricantes de automóviles tampoco pueden restringir el derecho de los fabricantes de recambios a vender recambios originales o de calidad equivalente a talleres autorizados o independientes²⁰⁵. Además, el Reglamento 1400/2002 no permite que los proveedores restrinjan el derecho de sus distribuidores y talleres autorizados a vender recambios a talleres independientes que los destinen a la reparación y el mantenimiento de automóviles²⁰⁶.

Para mejorar las condiciones de una competencia efectiva, el Reglamento 1400/2002 introduce el nuevo término “recambio original”²⁰⁷. Se trata de recambios de la misma calidad que los componentes utilizados en el montaje de un vehículo nuevo. Los recambios originales los puede fabricar el constructor del vehículo, pero en su mayoría los fabrican fabricantes de piezas sobre la base de acuerdos de suministro concluidos con el constructor del vehículo. Se fabrican con arreglo a las especificaciones y normas de producción establecidas por el fabricante del vehículo y, en muchos casos, en la misma línea de producción que los componentes utilizados para el montaje de éste.

Por “establecidas” se entenderá que estas especificaciones y normas de producción son utilizadas por el fabricante de recambios de que se trate con el consentimiento del fabricante del vehículo con vistas a la incorporación en sus vehículos de las piezas que se ajusten a estas especificaciones y normas. Con todo, no es necesario que el fabricante de los vehículos haya desarrollado las especificaciones y normas; éstas pueden ser el resultado de un programa de desarrollo conjunto o incluso haber sido desarrolladas exclusivamente por el fabricante de componentes o recambios. En este último caso, se considera que las especificaciones y normas de producción se facilitan al fabricante de los recambios con el consentimiento del fabricante de los vehículos y que aquél puede utilizarlas para la producción de recambios originales. Tampoco es necesario, en virtud del Reglamento 1400/2002, que el fabricante de los vehículos autorice explícitamente al fabricante de piezas que sea productor de componentes a utilizar estas especificaciones y normas para la producción y distribución de recambios originales; el hecho de que tales normas estén al alcance del fabricante de recambios le permite utilizarlas también para la

²⁰⁴ Letra k) del apartado 1 del artículo 4.

²⁰⁵ Letra j) del apartado 1 del artículo 4.

²⁰⁶ La letra i) del apartado 1 del artículo 4 aclara este punto respecto de los sistemas de distribución selectiva de recambios; en un sistema de distribución exclusiva, esto se desprende del inciso i) de la letra b) del apartado 1 del artículo 4, que impide al proveedor utilizar la distribución exclusiva par restringir las ventas pasivas a cualquier tipo de cliente.

²⁰⁷ Véase la definición de la letra t) del apartado 1 del artículo 1.

producción de recambios originales que no se suministran al fabricante de los vehículos, sino que se vendan directamente a distribuidores de recambios o talleres²⁰⁸.

Dado que, en prácticamente todos los casos, el mismo fabricante de piezas produce tanto componentes como recambios para un vehículo utilizando las mismas especificaciones y normas de producción, los recambios en cuestión son claramente “originales”. No obstante, en algunos casos específicos los fabricantes tienen acuerdos de suministro con fabricantes de piezas que sólo fabrican y suministran recambios para un vehículo y no fabrican sus componentes. Si estas piezas se producen conforme a unas especificaciones y normas de producción establecidas por el fabricante de los vehículos que sean idénticas a las utilizadas en la producción de los componentes, también serán “recambios originales”.

Los “recambios originales” se han de distinguir de los “recambios de calidad equivalente”²⁰⁹. Estos últimos tienen una calidad equivalente a la de los componentes utilizados en el montaje del vehículo de que se trate, pero no se producen conforme a las especificaciones y normas de producción establecidas por el fabricante del vehículo. Esto significa que las piezas son de la misma calidad, o incluso de una calidad superior, pero pueden estar realizadas, por ejemplo, en otro material o estar pintadas de otro color.

Pregunta 95: ¿Un accesorio es un recambio?

De la definición de la letra s) del apartado 1 del artículo 1 se deduce que los productos que no son necesarios para el uso del vehículo de motor en cuestión —como una radio o un reproductor de CD, un equipo de manos libres para teléfono móvil, un sistema de navegación o un portaequipajes—, que habitualmente se denominan accesorios, no se consideran recambios. Sin embargo, si esos productos se instalan en la línea de producción del vehículo nuevo y se integran con otras piezas o sistemas del vehículo, entonces se convierten en componentes del automóvil, y las piezas necesarias para reparar o cambiar esos productos son recambios (por ejemplo, los mandos del equipo de música integrados en el volante). Por lo tanto, el aire acondicionado o los equipos de control de temperatura instalados en un camión o autobús o un sistema de alarma o de música instalado en un coche una vez que el vehículo ha salido de la cadena de producción del fabricante deben considerarse accesorios.

El Reglamento 1400/2002 no es aplicable a la distribución, reparación y mantenimiento de accesorios. Su distribución puede entrar en el ámbito de aplicación del Reglamento 2790/1999.

Pregunta 96: ¿Los lubricantes u otros líquidos son recambios y, en caso afirmativo, cuáles son las consecuencias de ello?

Remítase a la pregunta 2.

²⁰⁸ De hecho, cualquier restricción de esta capacidad constituiría una restricción especialmente grave en virtud de la letra k) del apartado 1 del artículo 4.

²⁰⁹ Véase la definición de la letra u) del apartado 1 del artículo 1.

Pregunta 97: ¿Qué son “recambios originales”?

Hay tres categorías de “recambios originales”.

La primera categoría de recambios originales la forman las piezas fabricadas por el propio fabricante de vehículos. Se aplican las siguientes normas a estos recambios originales:

- el fabricante de vehículos puede exigir a sus talleres autorizados que utilicen esta categoría de recambios originales para las reparaciones realizadas bajo garantía, los servicios posventa gratuitos y las operaciones de llamada a revisión de los vehículos²¹⁰;
- el fabricante no puede limitar el derecho de sus distribuidores a revender esta categoría de piezas, activa o pasivamente según el caso, a talleres independientes que los utilicen para la reparación y el mantenimiento de vehículos de motor²¹¹; a este respecto es irrelevante si dichos talleres los utilizan en sus instalaciones o para la prestación de servicios de asistencia en carretera.

La segunda categoría de “recambios originales” se refiere a las piezas suministradas por el fabricante de recambios al fabricante de vehículos, el cual a su vez las vende a los distribuidores. Se aplican las siguientes normas a estos recambios originales:

- no se puede restringir la capacidad de los fabricantes de recambios de colocar su marca comercial o logotipo de manera efectiva y fácilmente visible en estas piezas²¹². Este derecho comprende, asimismo, el derecho de colocar la marca o el logotipo en los embalajes y en cualquier documento que acompañe las piezas;
- el fabricante de vehículos también puede colocar su marca o logotipo en estas piezas;
- no se puede restringir la capacidad del fabricante de recambios de suministrar estos recambios a cualquier distribuidor de recambios autorizado o independiente o a cualquier taller autorizado o independiente²¹³, y tampoco se puede impedir al taller autorizado que utilice estas piezas²¹⁴.
- el fabricante de vehículos puede exigir a sus talleres autorizados que utilicen esta categoría de recambios originales para las reparaciones realizadas bajo garantía, los servicios posventa y las operaciones de llamada a revisión de los vehículos²¹⁵;
- el fabricante no puede limitar el derecho de sus distribuidores a revender esta categoría de piezas, activa o pasivamente según el caso, a talleres independientes que los utilicen para la reparación y el mantenimiento de vehículos de motor²¹⁶; a este respecto es

²¹⁰ Véase la letra k) del apartado 1 del artículo 4.

²¹¹ Véase la letra i) del apartado 1 del artículo 4 o el inciso i) de la letra b) del apartado 1 del artículo 4.

²¹² Véase la letra l) del apartado 1 del artículo 4.

²¹³ Véase la letra j) del apartado 1 del artículo 4.

²¹⁴ Véase la letra k) del apartado 1 del artículo 4.

²¹⁵ Véase la letra k) del apartado 1 del artículo 4.

²¹⁶ Véase la letra i) del apartado 1 del artículo 4 o el inciso i) de la letra b) del apartado 1 del artículo 4.

irrelevante si dichos talleres los utilizan en sus instalaciones o para la prestación de servicios de asistencia en carretera.

La tercera categoría de “recambios originales” la forman aquellos recambios que no se suministran al fabricante de vehículos en cuestión pero que, no obstante, se fabrican con arreglo a las especificaciones y normas de producción establecidas por éste. El fabricante de recambios suministra estas piezas a distribuidores de recambios independientes o bien directamente a los talleres. Se aplican las siguientes normas a esta categoría de recambios originales:

- no se puede restringir la capacidad del fabricante de recambios de colocar su marca comercial o logotipo de manera efectiva y fácilmente visible en estas piezas. Esto también se refiere al derecho de colocar la marca o el logotipo en los embalajes²¹⁷;
- no se puede restringir la capacidad del fabricante de recambios de suministrar estos recambios a cualquier distribuidor de recambios autorizado o independiente o a cualquier taller autorizado o independiente²¹⁸, y tampoco se puede impedir al taller autorizado que utilice estas piezas²¹⁹.

Pregunta 98: ¿El proveedor puede exigir a sus talleres autorizados que utilicen únicamente recambios originales suministrados por el propio proveedor para el mantenimiento habitual o las reparaciones de los vehículos?

No. La obligación impuesta a un taller autorizado de utilizar únicamente recambios originales suministrados por el fabricante de vehículos para el mantenimiento habitual²²⁰ o las reparaciones²²¹ de un vehículo supondría una restricción de la libertad del taller de utilizar recambios originales o de calidad equivalente procedentes de otros proveedores de su elección²²².

Pregunta 99: ¿El uso de recambios originales que no procedan del proveedor o de recambios de calidad equivalente puede repercutir en la garantía del fabricante de vehículos?

Si la garantía de un fabricante de vehículos estableciera que los talleres autorizados o independientes deben utilizar recambios originales suministrados por el propio fabricante para las reparaciones y el mantenimiento habituales durante el período de garantía (pero no cubiertos por la garantía), esto supondría una restricción especialmente grave, según lo

²¹⁷ Véase la letra l) del apartado 1 del artículo 4.

²¹⁸ Véase la letra j) del apartado 1 del artículo 4.

²¹⁹ Véase la letra k) del apartado 1 del artículo 4.

²²⁰ Por ejemplo, servicios rutinarios.

²²¹ Después de un accidente, por ejemplo.

²²² Véase la letra k) del apartado 1 del artículo 4.

dispuesto en la letra k) del apartado 1 del artículo 4, y el sistema de distribución del fabricante ya no estaría cubierto por el Reglamento 1400/2002.

Pregunta 100: ¿Están facultados los talleres autorizados y los distribuidores de recambios para vender recambios suministrados por el fabricante de vehículos a talleres independientes?

Sí. La restricción de la venta de recambios por los miembros de un sistema de distribución selectiva a talleres independientes que los utilicen para la prestación de servicios de reparación y mantenimiento es una restricción grave de la competencia²²³. La restricción de la venta pasiva de recambios para vehículos por miembros de un sistema de distribución exclusiva también constituye una restricción grave²²⁴. En ambos casos, el sistema de distribución del fabricante dejaría de estar cubierto por el Reglamento 1400/2002.

Pregunta 101: ¿Cómo se demuestra la calidad de los recambios originales?

Un fabricante que produce recambios basándose en las especificaciones y normas de producción establecidas por el fabricante de vehículos tiene que extender un certificado que confirme que los recambios se han producido con arreglo a las mismas y que las piezas son de la misma calidad que los componentes utilizados para el montaje del vehículo en cuestión²²⁵. Dicha certificación del fabricante de las piezas puede estar impresa en el embalaje, constar en un documento que acompañe las piezas o publicarse en internet. Corresponde al fabricante de las piezas decidir si desea extender tal certificado por su cuenta o si prefiere ir más allá y remitir a una certificación elaborada por una entidad independiente, como puede ser un organismo de certificación. Ahora bien, la certificación por parte de una entidad independiente no es un requisito para que las piezas pueda considerarse recambios originales.

Si se ha extendido tal declaración, cabe presumir que los recambios son recambios originales, y los talleres autorizados pueden utilizarlos para las reparaciones y el mantenimiento. No obstante, si el fabricante de vehículos o una tercera parte, por ejemplo una asociación de consumidores o una asociación de automovilistas, pueden demostrar que un recambio determinado o un cierto número de recambios pertenecientes al mismo lote de producción son de una calidad inferior o no se han fabricado conforme a las especificaciones y normas de producción del fabricante de vehículos, dichos recambios no podrán venderse como recambios originales.

Pregunta 102: ¿Cómo se demuestra la calidad de los recambios de calidad equivalente?

Para que un recambio se considere de calidad equivalente, el fabricante tiene que poder certificar en todo momento que es de la misma calidad que el componente

²²³ Véase la letra i) del apartado 1 del artículo 4, así como la letra b) del apartado 10 del artículo 3 y el punto 3) del apartado 1 del artículo 6 del Reglamento 1475/95.

²²⁴ Véase la letra b) del apartado 1 del artículo 4.

²²⁵ Véase la tercera frase de la letra t) del apartado 1 del artículo 1.

correspondiente del automóvil en cuestión²²⁶. Corresponde al fabricante de los recambios extender una declaración en este sentido y ponerla en conocimiento de los usuarios del mismo modo que en el caso de los recambios originales (véase más arriba). Tal certificación debe estar disponible en cualquier momento, es decir, no sólo cuando se vende la pieza, sino también en momentos posteriores, por ejemplo cuando se alegue que la pieza es defectuosa.

Pregunta 103: ¿Puede el fabricante de vehículos o su importador impedir a los talleres autorizados que compren y utilicen recambios procedentes del mercado posventa independiente que sean de calidad equivalente a sus recambios de “línea económica”?

Los propios fabricantes de vehículos venden hoy en día recambios de “línea económica” a través de sus propias redes de distribución. Estos recambios se producen con arreglo a nuevas normas (que difieren de las normas de los componentes) para vehículos que ya no se fabrican en serie. Tal restricción no estaría cubierta por el Reglamento, puesto que equivaldría a una obligación inhibitoria de la competencia²²⁷.

Pregunta 104: Si un fabricante de vehículos concluye un acuerdo con un fabricante de recambios por el que se establece que todos los derechos de propiedad intelectual o conocimientos técnicos desarrollados por el fabricante de recambios se han de transferir al fabricante de vehículos, ¿puede este último utilizar esos derechos para restringir el derecho del fabricante de recambios a distribuir los recambios fabricados conforme a esos mismos derechos?

No. A pesar de que el Reglamento no regula tal transferencia de derechos, los derechos de propiedad intelectual y los conocimientos técnicos no pueden ser utilizados por el proveedor (el fabricante de vehículos o su importador) para restringir el derecho del fabricante de recambios a vender los recambios en cuestión a talleres autorizados e independientes²²⁸. Si el proveedor hiciera tal uso de los derechos de propiedad intelectual o de los conocimientos técnicos, el Reglamento 1400/2002 no sería aplicable a su sistema de distribución.

²²⁶ Véase la letra u) del apartado 1 del artículo 1.

²²⁷ Véase la letra a) del apartado 1 del artículo 5.

²²⁸ Véanse las letras j) y k) del apartado 1 del artículo 4.

8. ANEXO I – LISTA DE LOS DOCUMENTOS MÁS IMPORTANTES RELATIVOS A LAS NORMAS DE COMPETENCIA SOBRE DISTRIBUCIÓN DE VEHÍCULOS DE MOTOR EN LA UNIÓN EUROPEA

Algunos de estos documentos están disponibles en la página *web* de la Comisión
http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector

Reglamento de exención por categorías en el sector de los vehículos de motor

- Reglamento (CE) nº 1400/2002 de la Comisión, de 31 de julio de 2002, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas en el sector de los vehículos de motor. *Publicado en el Diario Oficial L 203 de 1.8.2002, p. 30.*

Reglamentos y comunicaciones anteriores

- Reglamento (CE) nº 1475/95 de la Comisión, de 28 de junio de 1995, de 28 de junio de 1995, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado a determinadas categorías de acuerdos de distribución y de servicio de venta y de posventa de vehículos automóviles. *Publicado en el Diario Oficial L 145 de 29.6.1995, p. 25.*
- Guía explicativa sobre el Reglamento (CE) nº 1475/95 de la Comisión, de 28 de junio de 1995, de 28 de junio de 1995, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado a determinadas categorías de acuerdos de distribución y de servicio de venta y de posventa de vehículos automóviles. *Publicado por la Dirección General IV - Competencia, IV/9509/95.*
- Reglamento (CEE) nº 123/85 de la Comisión, de 12 de diciembre de 1984, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado CEE a determinadas categorías de acuerdos de distribución y de servicio de venta y de postventa de vehículos automóviles. *Publicado en el Diario Oficial L 15 de 18.1.1985, p. 16.*
- Comunicación de la Comisión sobre el Reglamento (CEE) nº 123/85 de la Comisión, de 12 de diciembre de 1984, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado CEE a determinadas categorías de acuerdos de distribución y de servicio de venta y de postventa de vehículos automóviles. *Publicado en el Diario Oficial C 17 de 18.1.1985, p.4 (no existe versión española).*
- Comunicación de la Comisión – *Clarification of the activities of motor vehicle intermediaries.* *Publicado en el Diario Oficial C 329 de 18.12.1991, p. 20 (no existe versión española).*

Reglamento general y comunicaciones sobre restricciones verticales

- Reglamento (CE) nº 2790/1999 de la Comisión, de 22 de diciembre de 1999, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas. *Publicado en el Diario Oficial L 336 de 29.12.1999, p. 21.*

- Comunicación de la Comisión – Directrices relativas a las restricciones verticales. *Publicado en el Diario Oficial C 291 de 13.10.2000, p. 1.*
- Comunicación de la Comisión relativa a los acuerdos de menor importancia que no restringen la competencia de forma sensible en el sentido del apartado 1 del artículo 81 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea (de minimis). *Publicado en el Diario Oficial C 368 de 22.12.2001, p. 13.*

Estudios

- *Quantitative Study on the demand for new cars to define the relevant market in the passenger car sector*, Frank Verboven, K.U. Leuven y C.E.P.R., septiembre de 2002.
- *Customer preferences for existing and potential sales and servicing alternatives in automotive distribution*, Dr. Lademann & Partner, diciembre de 2001.
- *Study on the impact of possible future legislative scenarios for motor vehicle distribution on all parties concerned*, Andersen, diciembre de 2001.
- *Car price differentials in the European Union: An economic analysis*, Hans Degryse y Frank Verboven, K.U. Leuven y C.E.P.R., noviembre de 2000.
- *The Natural Link between Sales and Service*, Autopolis, noviembre de 2000.

Decisiones recientes (artículo 81)

- Decisión de la Comisión, de 10 de octubre de 2001, contra DaimlerChrysler AG. *Comunicado de prensa IP/01/1394 de 10.10.2001. Publicado en el Diario Oficial L 257 de 25.9.2002, p. 1.*
- Decisión de la Comisión, de 29 de junio de 2001, contra Volkswagen AG. *Comunicado de prensa IP/01/760 de 30.5.2001. Publicado en el Diario Oficial L 262 de 2.10.2001, p. 14.*
- Decisión de la Comisión, de 20 de septiembre de 2000, contra Opel Nederland BV / General Motors Nederland BV. *Comunicado de prensa IP/00/1028 de 20.9.2000. Publicado en el Diario Oficial L 59 de 28.2.2001, p. 1.*
- Decisión de la Comisión, de 28 de enero de 1998, contra Volkswagen AG. *Comunicado de prensa IP/98/94 de 28.1.1998. Publicado en el Diario Oficial L 124 de 25.4.1998, p. 60.*

La Decisión de la Comisión, de 28 de enero de 1998, contra Volkswagen AG fue en gran medida confirmada por el Tribunal de Primera Instancia de las Comunidades Europeas en su sentencia de 6.7.2000 en el asunto T-62/98, Volkswagen/Comisión. *Comunicado de prensa de la Comisión IP/00/725 de 6.7.2000. Tribunal de Primera Instancia, comunicado de prensa 50/00 de 6.7.2000. Publicado en la Recopilación de Jurisprudencia 2000, p. II-02707.*

Otros documentos

- Informe de la Comisión sobre la evaluación de la aplicación del Reglamento (CE) nº 1475/95 relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 [ahora apartado 3 del artículo 81] del Tratado a determinadas categorías de acuerdos de distribución y de servicio de venta y de posventa de vehículos automóviles, 15.11.2000 – COM (2000) 743 final.
- Audiencia pública celebrada los días 13 y 14 de febrero de 2001 sobre la distribución de vehículos de motor – notas para la exposición oral y diapositivas de presentación.
- Informe sobre el precio de los automóviles, publicado dos veces al año por la Dirección General de Competencia de la Comisión Europea.

9. ANEXO II - TEXTO DEL REGLAMENTO 1400/2002

Diario Oficial L 203 de 1.8.2002, p. 30

También está disponible en internet en todas las lenguas comunitarias oficiales:

http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/

10. ANEXO III - ÍNDICE TEMÁTICO

A

Accesorio	<i>pregunta 95</i>
Agente	
Agente definido como comprador – definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.k)</i>
Agente en un sistema de distribución de varios niveles	<i>pregunta 3</i>
Aplicación del Reglamento a los acuerdos de agencia	<i>pregunta 5</i>
Ámbito de aplicación	
Acuerdos de agencia	<i>pregunta 5</i>
Acuerdos entre empresas competidoras	<i>pregunta 4</i>
Acuerdos verticales no cubiertos por el Reglamento	<i>pregunta 2</i>
Aplicación a lubricantes y otros recambios	<i>pregunta 2</i>
Del Reglamento	<i>sección 4.2</i>
Productos y servicios cubiertos por el Reglamento	<i>sección 4.2.1</i>
Reglamento 2790/1999	<i>pregunta 1</i>
Tipos de acuerdos verticales cubiertos por el Reglamento	<i>pregunta 3</i>
Arrendamiento financiero	
Arrendamiento financiero por parte del concesionario	<i>sección 5.3.1.2</i>
Compra de vehículos para la constitución de existencias	<i>pregunta 49</i>
La empresa de arrendamiento financiero entendida como usuario final en virtud del Reglamento	<i>artículo 1.1.w)</i>
Reventa de vehículos de motor nuevos	<i>pregunta 47</i>
Solicitud de una copia del contrato de arrendamiento	<i>pregunta 48</i>
Ventas a las empresas de arrendamiento financiero	<i>sección 5.3.1.2 y preguntas 46 a 49</i>
Asociación de concesionarios o talleres de reparación - compra conjunta	<i>pregunta 3</i>

C

Cláusula de establecimiento	
Consentimiento del proveedor	<i>pregunta 56</i>
Distribución de vehículos comerciales ligeros	<i>pregunta 16</i>
Normas para los puntos de venta adicionales	<i>pregunta 54</i>
Plazos de entrega para las ventas a través de puntos de venta adicionales	<i>pregunta 59</i>
Prohibición	<i>sección 4.5.2 y pregunta 53</i>
Punto de entrega	<i>pregunta 53</i>
Punto de venta	<i>pregunta 53</i>
Punto de venta inicial	<i>pregunta 55</i>
Suministro de vehículos a un punto de venta adicional	<i>pregunta 57</i>
Taller de reparación autorizado	<i>sección 5.4.2</i>
Concesionario	<i>sección 5.3</i>
Acuerdo de concesionario - plazos de preaviso	<i>sección 5.3.8, preguntas 67 y 68</i>
Acuerdo de concesionario - razones que deben darse en el preaviso	<i>preguntas 70 y 71</i>
Acuerdo de concesionario - resolución de un acuerdo	<i>sección 5.3.8 y pregunta 20</i>
Acuerdo de concesionario - resolución de un acuerdo sin preaviso	<i>pregunta 69</i>
Derecho a ser un taller de reparación independiente	<i>pregunta 62</i>
Derecho a someter los litigios a un experto o árbitro	<i>preguntas 60 y 61</i>
Derecho a subcontratar los servicios de reparación y mantenimiento	<i>sección 5.3.6</i>
Litigios con el proveedor	<i>sección 5.3.5</i>
Marketing por correo electrónico y envíos postales	<i>pregunta 45</i>
Marketing por internet	<i>pregunta 44</i>
Objetivos de ventas	<i>pregunta 43</i>
Plazos de entrega para las ventas a través de puntos de venta adicionales	<i>pregunta 59</i>
Puntos de venta o entrega adicionales	<i>secciones 4.5.2 y 5.3.3</i>
Suministros cruzados dentro del sistema de distribución	<i>pregunta 58</i>
Suministro de vehículos nuevos al concesionario	<i>sección 5.3.4, preguntas 41 y 42</i>

Traspaso/venta del concesionario	<i>sección 5.3.7, preguntas 10 y 63 a 66</i>
Ventas a consumidores extranjeros	<i>pregunta 41</i>
Condiciones	
Condiciones generales para la aplicación del Reglamento	<i>sección 4.3</i>
Condiciones generales para las disposiciones que se han de incluir en los acuerdos verticales	<i>sección 4.3.2 y pregunta 9</i>
Condiciones específicas para la aplicación del Reglamento	<i>sección 4.5 y pregunta 6</i>
Conocimientos técnicos	
Definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.j)</i>
Consumidor	
Beneficios del nuevo sistema para los consumidores	<i>sección 5.1</i>
Comprar en el extranjero - certificado de conformidad	<i>pregunta 28</i>
Comprar en el extranjero - descuentos y ventas de exportación	<i>pregunta 33</i>
Comprar en el extranjero - especificaciones de los vehículos para otros Estados miembros	<i>pregunta 30</i>
Comprar en el extranjero - plazos de entrega de un vehículo nuevo	<i>preguntas 27 y 41</i>
Comprar en el extranjero - suplemento por el volante a la derecha	<i>pregunta 31</i>
Comprar en el extranjero - ¿un concesionario puede negarse a venderle a un consumidor?	<i>pregunta 26</i>
Comprar en el extranjero - vehículos con el volante a la derecha	<i>pregunta 30</i>
Compras en el extranjero o a un concesionario de otra zona del mismo Estado miembro	<i>pregunta 41</i>
Declaración de no revender un vehículo	<i>pregunta 29</i>
Descuentos/reducciones	<i>pregunta 32</i>
Fijación del precio de reventa	<i>pregunta 32</i>
Garantía	<i>preguntas 34 a 36</i>
Garantía y reparación por talleres de reparación independientes	<i>pregunta 37</i>
Libertad para comprar en el mercado único	<i>pregunta 25</i>
Línea directa de los fabricantes de coches	<i>pregunta 38</i>
Reparación y mantenimiento por talleres de reparación autorizados	<i>pregunta 34</i>
 D	
De Minimis	<i>pregunta 7</i>
Derechos de propiedad intelectual	
Definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.i)</i>
Directrices relativas a las restricciones verticales	<i>sección 4.3.1</i>
Distribución selectiva	
Distribución selectiva cualitativa	<i>artículo 1.1.h)</i>
Distribución selectiva cuantitativa	<i>artículo 1.1.g)</i>
 E	
Elusión	
Condiciones generales y específicas para la aplicación del Reglamento	<i>pregunta 6</i>
Restricciones especialmente graves	<i>preguntas 6 y 11</i>
Empresas	
Del sistema de distribución - definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.v)</i>
Empresas competidoras - definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.a)</i>
Empresas vinculadas - definición del Reglamento	<i>artículo 1.2</i>
Enfoque general del Reglamento	<i>capítulo 3</i>
Entrada en vigor del Reglamento	<i>sección 4.8</i>
Espacio Económico Europeo - aplicación del Reglamento	<i>capítulo 1</i>
Exención	
Exención individual	<i>preguntas 6, 8 y 17</i>
Exención por categorías	<i>pregunta 6</i>
 I	
Información técnica	
Acceso - ¿con qué celeridad debe concederse?	<i>pregunta 91</i>
Cobro por el acceso	<i>pregunta 90</i>
Excepción a la norma del acceso a la información técnica	<i>pregunta 94</i>

¿Quién tiene la obligación de dar acceso?	<i>pregunta 85</i>
Redistribución por el editor	<i>pregunta 92</i>
Redistribución por el distribuidor de recambios	<i>pregunta 93</i>
Tipos de información técnica que deben ponerse a disposición	<i>pregunta 86</i>
Inaplicación del Reglamento	<i>sección 4.7 y pregunta 19</i>
Intermediario	<i>sección 5.2</i>
Documentos adicionales sobre la identidad del cliente	<i>pregunta 39</i>

L

Lubricantes

Aplicación del Reglamento	<i>pregunta 2</i>
Para ser considerados recambios - definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.s)</i>
Período transitorio	<i>pregunta 24</i>
Préstamos comerciales	<i>pregunta 15</i>

M

Mercado

Cálculo de cuotas de mercado	<i>sección 6.2</i>
Definición del mercado	<i>capítulo 6 y sección 6.1</i>
Ejemplos de definición del mercado	<i>sección 6.2</i>
Umbrales de cuota de mercado	<i>sección 4.3.1</i>

O

Obligación inhibitoria de la competencia	<i>sección 4.5.1</i>
Compra de productos a otros proveedores	<i>pregunta 13</i>
Definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.b)</i>
Préstamos comerciales	<i>pregunta 15</i>
Operador independiente	<i>sección 5.5 y pregunta 84</i>
Acceso a formación	<i>pregunta 88</i>
Acceso a herramientas y equipamiento	<i>preguntas 87 y 89 a 91</i>
Acceso a información técnica	<i>sección 5.5.1</i>
Cobro por el acceso a información técnica, formación, etc	<i>pregunta 89</i>
Definición del Reglamento	<i>artículo 4.2.4</i>
Distribuidor de recambios independiente	<i>preguntas 84 y 93</i>
Operador de asistencia en carretera	<i>pregunta 84</i>
Relación con los talleres de reparación autorizados	<i>sección 5.5.2</i>
Reparaciones durante el período de garantía	<i>pregunta 37</i>
Taller de reparación independiente - definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.m)</i>

P

Período transitorio	<i>sección 4.8</i>
Acuerdos relativos a la distribución de lubricantes	<i>pregunta 24</i>
Aplicación a acuerdos existentes	<i>pregunta 21</i>
Designación de talleres de reparación	<i>pregunta 22</i>
Resolución de contratos durante el período transitorio	<i>pregunta 20</i>
Ventas multimarca	<i>pregunta 23</i>

R

Recambios

Calidad de los recambios de calidad equivalente	<i>pregunta 102</i>
Calidad de los recambios originales	<i>pregunta 101</i>
Compra directa a los fabricantes de recambios	<i>preguntas 76 y 79</i>
Definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.s)</i>
Derechos de propiedad intelectual del fabricante de recambios	<i>pregunta 104</i>
Distribución	<i>capítulo 7</i>
Garantía, servicios gratuitos y operaciones de llamada a revisión	<i>pregunta 78</i>

Garantía y utilización de ciertos recambios	<i>pregunta 99</i>
Información al consumidor	<i>pregunta 77</i>
Recambios de calidad equivalente - definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.u)</i>
Recambios de “línea económica”	<i>pregunta 103</i>
Recambios originales	<i>pregunta 97</i>
Recambios originales - definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.t)</i>
Supermercados	<i>pregunta 2</i>
Utilización de recambios originales suministrados por el proveedor	<i>pregunta 98</i>
Venta a talleres de reparación independientes	<i>pregunta 100</i>
Reparación y mantenimiento	<i>sección 5.1.2</i>
Restricciones especialmente graves	
Explicación general	<i>sección 4.4</i>
Retirada del beneficio del Reglamento	<i>sección 4.6 y pregunta 18</i>

S

Servicios posventa	<i>sección 5.1.2</i>
--------------------------	----------------------

T

Taller de reparación autorizado	<i>sección 5.4</i>
Cómo convertirse en taller de reparación autorizado	<i>sección 5.4.1 y preguntas 72 a 74</i>
Definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.l)</i>
Litigios sobre asuntos contractuales	<i>sección 5.3.5</i>
Obligación inhibitoria de la competencia	<i>sección 5.4.4 y pregunta 82</i>
Prohibición de la cláusula de establecimiento	<i>sección 5.4.2</i>
Recambios - compra directa al fabricante de recambios	<i>pregunta 76</i>
Recambios - de diferentes proveedores y mantenimiento de existencias	<i>pregunta 80</i>
Recambios - información al consumidor	<i>pregunta 77</i>
Recambios - utilización de recambios del proveedor del vehículo	<i>pregunta 79</i>
Recambios - utilización para reparaciones en garantía, servicios gratuitos y operaciones de llamada a revisión	<i>pregunta 78</i>
Recambios – ventas a talleres de reparación independientes	<i>pregunta 81</i>
Traspaso/venta de la empresa	<i>sección 5.4.5</i>
Turismos	
Definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.o)</i>

V

Vehículos comerciales ligeros	<i>pregunta 16</i>
Cláusula de establecimiento	<i>pregunta 16</i>
Definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.p)</i>
Vehículos de motor	
Gama contractual - definición del Reglamento	<i>artículos 1.1.q) y 1.1.r)</i>
Definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.n)</i>
Ventas	
Ventas activas	<i>preguntas 12 y 40</i>
Ventas multimarca	<i>secciones 4.5.1 y 5.3.2</i>
Ventas pasivas	<i>preguntas 12 y 40</i>
Ventas a empresas de arrendamiento financiero	<i>pregunta 46</i>
Ventas multimarca	<i>sección 4.5.1</i>
Condiciones específicas	<i>pregunta 14</i>
Primas para concesionarios de una sola marca	<i>pregunta 50</i>
Sala de exposición	<i>preguntas 51 y 52</i>
Vertical	
Acuerdo vertical - definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.c)</i>
Restricción vertical - definición del Reglamento	<i>artículo 1.1.d)</i>