

## **Domande frequenti**

Durante il periodo di transizione<sup>1</sup> previsto all'articolo 10 del regolamento 1400/2002, la Commissione ha ricevuto una serie di domande relative all'applicazione di detto regolamento. Le domande che sono state poste con maggiore frequenza o che possono presentare maggiore interesse - e le relative risposte - sono riportate di seguito. Queste domande e risposte sono destinate ad integrare l'opuscolo esplicativo del regolamento<sup>2</sup> e non a sostituirlo.

## **Questioni relative alla vendita di autoveicoli nuovi**

### **CONSUMATORI CHE ACQUISTANO UN'AUTOVETTURA ALL'ESTERO**

**1. Un consumatore che abbia acquistato il proprio autoveicolo in un altro Stato membro deve aspettare prima di poter fare eseguire delle riparazioni coperte da garanzia nel proprio paese o in un altro paese dell'UE?**

No. Ai sensi del regolamento, la garanzia rilasciata da un costruttore in uno Stato membro deve essere valida alle stesse condizioni in tutti gli altri Stati membri. I produttori sono liberi di rispettare questo obbligo in modi diversi: possono ad esempio avere un'unica base dati a livello europeo relativa alla garanzia o basi dati distinte per ciascuno Stato membro. Qualora un produttore decida di avere basi dati nazionali distinte, un consumatore in possesso di un libretto di garanzia compilato da un distributore in un altro Stato membro non deve aspettare per ottenere determinati servizi in garanzia nel proprio paese. Il distributore o riparatore autorizzato al quale il consumatore porta il proprio veicolo non deve neppure addebitare alcun costo né richiedere documentazione aggiuntiva prima di inserire la garanzia nella base dati nazionale.

Cfr. anche la risposta alla domanda 34 nell'opuscolo esplicativo.

**2. Se un consumatore acquista la propria autovettura attraverso un intermediario (agente di acquisto), quando inizia a decorrere e quando scade la garanzia?**

Nei sistemi di distribuzione selettiva od esclusiva, come quelli comunemente utilizzati nel settore degli autoveicoli, la garanzia inizia solitamente a decorrere alla data in cui l'autoveicolo lascia la rete autorizzata. Qualora un consumatore faccia ricorso ad un intermediario (agente di acquisto) che acquisti l'autovettura per suo conto, la garanzia inizierà pertanto solitamente a decorrere al momento della consegna dell'autoveicolo all'intermediario da parte del distributore

---

<sup>1</sup> Conclusi il 30 settembre 2003.

<sup>2</sup> L'opuscolo è pubblicato dalla DG Concorrenza ed è disponibile nel sito Internet all'indirizzo [http://europa.eu.int/comm/competition/car\\_sector/](http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/)

autorizzato. Ciò significa che quando il consumatore riceve l'autoveicolo è già trascorsa una breve parte del periodo di garanzia<sup>3</sup>.

Il regolamento non stabilisce tuttavia quando debba scadere la garanzia del produttore. I fornitori possono applicare una politica più favorevole in base alla quale, ad esempio, una garanzia di “due anni” su un autoveicolo importato vale fino allo scadere di due anni dal momento in cui i dati dell'autoveicolo sono stati inseriti nella base dati delle garanzie della rete autorizzata nello Stato membro nel quale esso è stato importato.

**3. In quali circostanze il fornitore<sup>4</sup> può esigere che un rivenditore richieda ulteriori documenti prima di vendere un veicolo ad un consumatore o a qualcuno che sostiene di essere un intermediario che agisce per conto di un consumatore?**

La regola generale, come chiarito nell'opuscolo esplicativo<sup>5</sup>, è che i fornitori non possono esigere che i rivenditori richiedano altra documentazione oltre al mandato sottoscritto dal singolo consumatore. Inoltre, se il fornitore esige normalmente che il distributore richieda ai suoi clienti locali di fornire una copia del passaporto o della carta d'identità al momento dell'acquisto di un autoveicolo, può fare lo stesso anche nei riguardi dei consumatori di altre parti dell'UE. La stessa cosa vale per gli intermediari, a quali può essere richiesto di presentare una documentazione simile che comprovi l'identità dei loro clienti.

Il fornitore può inoltre richiedere al distributore di adottare ulteriori misure **in singoli casi eccezionali** qualora abbia buone ragioni per sospettare che il consumatore o l'impresa che si presenta come intermediario intendano rivendere l'autoveicolo nuovo per ottenere un profitto commerciale.

**4. Il fornitore può richiedere ad un distributore di far sottoscrivere ad un intermediario una dichiarazione con la quale questi si impegni a non rivendere un autoveicolo nuovo per un profitto commerciale?**

Se ha **buone ragioni** per sospettare che un determinato intermediario ha utilizzato mandati falsi per acquistare autoveicoli da rivendere, il fornitore può richiedere al distributore di far sottoscrivere all'intermediario una dichiarazione con la quale questi si impegna a non rivendere l'autoveicolo.

È ovvio tuttavia che se un intermediario ha fornito una prova dell'identità del suo cliente, quale una copia del passaporto o della carta d'identità, questo dovrebbe essere di per sé una dimostrazione sufficiente del fatto che il mandato è valido e che l'intermediario agisce effettivamente per conto di un consumatore. In tali casi,

---

<sup>3</sup> Alcuni agenti di acquisto possono decidere di “integrare” la garanzia, in modo che i consumatori possano usufruire dell'intero periodo di garanzia offerto dal produttore.

<sup>4</sup> Il termine “fornitore” comprende i costruttori dell'autoveicolo, gli importatori della marca in questione ed i distributori all'ingrosso.

<sup>5</sup> Cfr. punto 5.2 dell'opuscolo esplicativo.

in mancanza di indizi manifesti di frode, il fornitore applicherebbe una restrizione eccessiva<sup>6</sup> se chiedesse al rivenditore di far sottoscrivere all'intermediario un impegno di questo tipo.

È inoltre ovvio che se un'impresa agisce in qualità di rivenditore indipendente in alcuni casi e come intermediario in altri, senza mai alcuna prova che la dichiarazione fornita fosse falsa, ciò non giustifica la richiesta all'impresa in questione di presentare una documentazione aggiuntiva rispetto ad un mandato firmato. Inoltre, se il distributore ha trattato regolarmente con una determinata impresa, senza che vi sia alcuna prova che detta impresa abbia rivenduto gli autoveicoli che ha sostenuto di acquistare come intermediario, il fornitore non può chiedere al distributore di far sottoscrivere sistematicamente all'intermediario questo tipo di impegni<sup>7</sup>. Se il fornitore dovesse farlo, è probabile che questo venga considerato come una restrizione indiretta delle vendite ai consumatori ed una grave restrizione della concorrenza.

Si veda inoltre la risposta alla domanda 29 nell'opuscolo esplicativo, che si riferisce alla condizione posta ad un **consumatore** di sottoscrivere un impegno a non rivendere l'autoveicolo.

## ATTIVITÀ MULTIMARCA

### **5. Quali condizioni pratiche, relative all'attività multimarca, può imporre un fornitore ad un distributore che desideri vendere marche di produttori concorrenti?**

Affinché la rete di distribuzione di un fornitore possa beneficiare dell'esenzione in virtù del regolamento, i distributori devono avere l'opportunità reale ed esercitabile di vendere marche di fornitori concorrenti. Il nuovo regolamento non intende tuttavia definire nei dettagli ciò che un fornitore può richiedere ad un rivenditore multimarca che venda una o più delle sue marche. In primo luogo, questo sarebbe stato poco pratico, vista la varietà di elementi in gioco. In secondo luogo, è ancora più importante rilevare che un approccio di questo tipo non avrebbe tenuto conto delle diverse caratteristiche dei vari distributori, in particolare in termini di posizione e di dimensioni.

Ciò che potrebbe essere una condizione accettabile per un rivenditore che desideri svolgere un'attività multimarca potrebbe essere per un altro un obbligo di non concorrenza, che non beneficia dell'esenzione.

Ovviamente anche se determinati servizi, come parcheggi, toilette per i clienti, zone di attesa e macchinette per il caffè, possono essere richiesti da un

---

<sup>6</sup> Cfr. articolo 4, paragrafo 1, lettere b) e (c) del regolamento n. 1400/2002 ed in particolare il considerando 14.

<sup>7</sup> Tuttavia, qualora un fornitore richieda ad un rivenditore di far sottoscrivere agli utilizzatori finali l'impegno di non rivendere gli autoveicoli, può fare lo stesso con gli intermediari.

determinato fornitore, essi non dovrebbero mai essere riservati ad una marca particolare.

È possibile che determinate condizioni debbano essere ridimensionate o non applicate qualora rendessero difficoltosa l'attività multimarca in termini pratici o di costi, considerando le caratteristiche del distributore in questione. La condizione di avere un banco accoglienza per una determinata marca non dovrebbe essere applicata in caso, ad esempio, di scarsità di spazio o se, in base ad altre considerazioni pratiche, l'utilizzo di banchi distinti per ogni marca rendesse l'attività indebitamente difficoltosa. Anche altre condizioni, quali quelle relative alla parte del salone di esposizione riservata ad una determinata marca o al numero di autoveicoli di una marca da esporre nel salone, possono essere applicate in maniera meno restrittiva.

I fornitori possono anche dover adattare le condizioni relative alla cosiddetta "identità d'impresa" per garantire che non costituiscano un ostacolo per un distributore che intenda trattare anche i prodotti di costruttori concorrenti. Le conseguenze di questa considerazione varieranno in base alle caratteristiche del rivenditore interessato. Vi saranno chiaramente delle circostanze nelle quali, ad esempio, sarà difficile che un rivenditore che dispone di uno spazio espositivo limitato possa trattare ulteriori marche a meno che molte condizioni<sup>8</sup> non vengano applicate in maniera meno rigorosa. Qualora il fornitore conceda un finanziamento per soddisfare le condizioni relative all'identità della sua impresa ad un rivenditore che desidera trattare anche un'ulteriore marca, la vendita della marca aggiuntiva non deve per questo diventare difficoltosa.

Gli accordi con i distributori devono contenere previsioni chiare in merito all'attività multimarca e stabilire chiaramente che le condizioni che costituiscono un ostacolo allo svolgimento di tale attività verranno adattate o non applicate qualora un distributore intendesse trattare anche le marche di fornitori concorrenti.

Le parti devono essere libere di adire terzi esperti o un arbitro per le controversie relative al fatto che una determinata condizione debba essere adattata o non applicata.

## **6. Un fornitore che fornisce due o più marche diverse di autoveicoli può esigere che il distributore esponga tali marche in saloni di esposizione distinti?**

Lo scopo del regolamento, per quanto riguarda l'attività multimarca, è quello di aumentare la concorrenza tra le marche di fornitori **diversi**<sup>9</sup>. Ovviamente, i

---

<sup>8</sup> Ad esempio, sarà necessario rinunciare ad entrate separate per i clienti di ciascuna marca. È possibile che debbano essere applicate in maniera meno rigorosa anche le condizioni relative al livello e alla posizione della segnaletica all'esterno del salone o alle aree di vendita riservate ad una determinata marca.

<sup>9</sup> Per rientrare nel campo di applicazione del regolamento, l'obbligo di vendere le marche di un determinato produttore non può riferirsi a più del 30% di tutti i veicoli acquistati e venduti dal rivenditore - cfr. articolo 1, paragrafo 1, lettera b) e articolo 1, paragrafo 5, lettera a) del regolamento n. 1400/2002. Queste disposizioni si applicano inoltre agli accordi di rivendita esclusiva.

produttori devono essere in generale liberi di decidere i rapporti esistenti tra le proprie marche ed il regolamento permette loro dunque di stabilire che dette marche non possono essere vendute assieme nel medesimo salone d'esposizione. Se il costruttore A produce le marche A1 ed A2, può stabilire che esse devono essere vendute in saloni di esposizione distinti, ma non può invece decidere che A1 o A2 non possono essere vendute nello stesso salone delle marche di altri fornitori.

Per quanto riguarda gli obblighi pratici che possono essere richiesti ad un rivenditore multimarca, vedasi alla domanda 5.

**7. È possibile esigere da un distributore in un sistema di distribuzione selettiva che acquisti il 30% dei suoi autoveicoli direttamente dal produttore o dall'importatore nazionale?**

Anche se un distributore in un sistema di distribuzione selettiva può essere obbligato a garantire che il 30%<sup>10</sup> dei suoi acquisti di autoveicoli siano di marche di un determinato produttore, egli deve essere libero di rifornirsi (fornitura incrociata) di tali autoveicoli presso altri rivenditori o importatori nazionali. Qualsiasi obbligo imposto a un tale distributore di acquistare il 30% dei suoi acquisti totali di autoveicoli direttamente da un determinato produttore o importatore nazionale non ricade dunque nel campo di applicazione del regolamento<sup>11</sup>.

Se il fornitore A imponesse al distributore X l'obbligo di acquistare il 30% dei propri autoveicoli tra quelli delle sue marche, X dovrebbe essere libero di comperare tali autoveicoli da altri distributori, grossisti o importatori delle marche del fornitore A e sarebbe inoltre libero di comperare fino al 70% dei suoi acquisti totali di autoveicoli da fornitori di altre marche. Se tutti gli altri fornitori imponessero lo stesso obbligo di acquisto del 30%, X sarebbe libero di acquistare marche diverse al massimo da tre fornitori. X potrebbe dunque, ad esempio, vendere le marche A1 e A2<sup>12</sup> del fornitore A, più la marca B1 del fornitore B e la marca C1 del fornitore C. È inoltre possibile che i piccoli fornitori o i nuovi operatori non impongano un obbligo del 30%; in tal caso, X potrebbe acquistare marche diverse da più di tre fornitori.

---

<sup>10</sup> Ai sensi dell'articolo 1, paragrafo 1, lettera b) del regolamento n. 1400/2002, questa percentuale deve essere basata sugli acquisti totali dei beni contrattuali, dei beni corrispondenti e dei loro succedanei effettuati dall'acquirente sul mercato rilevante. Se il rivenditore vende, ad esempio, sia veicoli commerciali leggeri che autocarri pesanti, la soglia del 30% deve essere calcolata separatamente per ciascuna di queste categorie di veicoli, poiché appartengono a mercati del prodotto diversi.

<sup>11</sup> Si tratterebbe di una restrizione delle forniture incrociate, che rappresenta una restrizione fondamentale alla concorrenza a norma dell'articolo 4, paragrafo 1, lettera c) del regolamento n. 1400/2002.

<sup>12</sup> L'obbligo d'acquisto del 30% si applica ai prodotti di ciascun fornitore. Se un rivenditore vende le marche A1 e A2 del fornitore A, l'obbligo di vendita del 30% si applica agli acquisti totali di autoveicoli di entrambe le marche.

Cfr. anche il punto 4.5.1 nell'opuscolo esplicativo.

## OBIETTIVI DI VENDITA/BONUS

### **8. Se un fornitore concede bonus ad un distributore per la vendita di automobili acquistate direttamente dal fornitore, deve concedere bonus anche per la vendita di autoveicoli della stessa marca acquistati da altri membri della rete autorizzata (ossia mediante fornitura incrociata)?**

I fornitori devono garantire che il mancato pagamento di bonus non rappresenti una restrizione indiretta delle forniture incrociate di autoveicoli tra distributori autorizzati. I bonus di cui dispone un distributore per le vendite ad utilizzatori finali dovrebbero dunque essere disponibili anche per le vendite ad altri distributori autorizzati a vendere autoveicoli della marca in questione<sup>13</sup>. Tuttavia, se il rivenditore X ha ricevuto un bonus per una vendita al distributore Y, non vi sarà alcuna restrizione della fornitura incrociata se il distributore Y non riceve un (secondo) bonus per la rivendita successiva dello stesso autoveicolo ad un utilizzatore finale.

### **9. Un fornitore può porre termine al contratto con un distributore se questi non riesce a raggiungere un obiettivo convenuto per le vendite nella sua zona?**

Il regolamento n. 1400/2002 permette ai fornitori di accordarsi con i propri distributori su obiettivi di vendita. Tali obiettivi possono essere generali o possono essere stabiliti con riferimento ad una zona.

Il regolamento non impedisce ad un fornitore di porre termine al contratto con un distributore che non abbia compiuto tutti i possibili sforzi per raggiungere un obiettivo di vendita convenuto. Tuttavia, un fornitore non può porre termine al contratto con un distributore se il mancato raggiungimento dell'obiettivo di vendita da parte del rivenditore è dovuto all'impossibilità di ottenere gli autoveicoli sufficienti a soddisfare la richiesta, compresa la richiesta da parte di clienti che si trovano al di fuori della sua zona<sup>14</sup>.

I distributori devono avere il diritto di richiedere un arbitrato in caso di controversia sulla fissazione o sul raggiungimento di obiettivi di vendita, compresi gli obiettivi di vendita locali.

---

<sup>13</sup> In un sistema di distribuzione esclusiva, tali bonus devono essere disponibili anche per le vendite a rivenditori indipendenti.

<sup>14</sup> Ad esempio, se un rivenditore soggetto ad un obiettivo di vendita locale di 200 veicoli vende 180 veicoli nella propria zona e altri 40 a clienti di altre zone, ma il suo fornitore non è successivamente in grado di fornirgli tutti i 240 veicoli richiesti sia per raggiungere il suo obiettivo locale di vendita che per effettuare le vendite "fuori zona", il fornitore non può porre termine al contratto per mancato raggiungimento dell'obiettivo locale di vendita, poiché questo equivarrebbe ad una restrizione indiretta delle vendite, vietata a norma dell'articolo 4, paragrafo 1, lettere d) e e) del regolamento.

Vedasi anche la risposta alla domanda 43 nell'opuscolo esplicativo.

## AGENTI DI VENDITA

### **10. Un fornitore può impedire ad un distributore di nominare agenti di vendita<sup>15</sup> che vendano autoveicoli per conto del distributore stesso?**

Sì, un fornitore può decidere se un distributore può nominare o meno degli agenti di vendita e può fissare criteri in base ai quali tali agenti svolgono la loro attività di vendita.

## SISTEMI DI DISTRIBUZIONE MISTI

### **11. Un fornitore può utilizzare la distribuzione esclusiva e la distribuzione selettiva in zone diverse dello stesso Stato membro?**

Il regolamento 1400/2002 non obbliga un produttore ad utilizzare lo stesso sistema di distribuzione su tutto il territorio di un determinato Stato membro. In teoria, un produttore o un importatore in uno Stato membro X potrebbe avere un sistema di distribuzione esclusiva nella regione X1 ed un sistema di distribuzione selettiva nella regione X2. Tuttavia, tale fornitore non sarebbe in grado di limitare i flussi di veicoli da una zona all'altra, in particolare perché il regolamento non consente ai fornitori di vietare ai rivenditori che dispongono di territori esclusivi di vendere a rivenditori indipendenti (ossia imprese che non sono membri della rete del produttore).

Di conseguenza, nell'esempio di cui sopra, il produttore o l'importatore non potrebbero impedire ai distributori (esclusivi) nella regione X1 di vendere gli autoveicoli direttamente ai consumatori nella regione X2 o ai rivenditori indipendenti. Questi rivenditori sarebbero poi naturalmente liberi di rivendere gli autoveicoli nella regione X2 come anche in qualsiasi altra parte dell'UE. Inoltre, non è possibile impedire ai distributori (selettivi) nella regione X2 di vendere ai rivenditori indipendenti nella regione X1<sup>16</sup> o a qualsiasi consumatore nella regione X1 che si sia rivolto a loro<sup>17</sup>.

---

<sup>15</sup> Occorre distinguere l'agente di vendita dall'agente di acquisto o intermediario. Mentre un intermediario acquista autoveicoli per conto di singoli consumatori, un agente di vendita agisce per conto di uno o più rivenditori.

<sup>16</sup> Cfr. considerando 13 del regolamento n. 1400/2002.

<sup>17</sup> Ossia di effettuare "vendite passive".

## Questioni relative al servizio di assistenza e alla riparazione

### FORNITURA DEI SERVIZI IN GARANZIA

Vedasi domande 1 e 2.

### STANDARD QUALITATIVI

#### **12. Un fornitore può richiedere ai riparatori di soddisfare quali standard?**

La maggior parte dei fornitori istituirà per la riparazione e la manutenzione sistemi di distribuzione selettiva basati su criteri di qualità, poiché la quota di mercato della loro rete di riparazione e manutenzione dei veicoli delle loro marche sarà superiore al 30%. In un sistema di questo tipo, il fornitore è libero di definire i criteri qualitativi che i candidati devono rispettare per diventare membri della sua rete di riparazione.

Anche se è ovvio che molti criteri qualitativi limiteranno **indirettamente** il numero di candidati in grado di soddisfarli, i criteri qualitativi veri e propri non devono limitare **direttamente** il numero dei riparatori autorizzati e non devono essere sproporzionati a quanto richiesto dalla natura dei servizi di riparazione e manutenzione oggetto del contratto tra fornitore e riparatore.

I fornitori possono legittimamente richiedere ai riparatori autorizzati di essere in grado di fornire servizi di riparazione e manutenzione di una determinata qualità ed entro scadenze definite. Tuttavia, qualora il fornitore dovesse stabilire criteri che non permettano al rivenditore una certa flessibilità sulle modalità per raggiungere un determinato risultato, si tratterebbe di un criterio di selezione quantitativo al quale non si applica l'esenzione per categoria, in particolare se aumentasse in misura non necessaria il costo di fornitura del servizio.

Gli esempi seguenti, ricavati da reali accordi di distribuzione, illustrano questo principio.

- F Un produttore può legittimamente precisare che i riparatori dovrebbero essere in grado di fornire un'ampia gamma di servizi di riparazione e manutenzione. A questo scopo, un riparatore può avere bisogno dell'accesso a strumenti ed attrezzature specialistici necessari soltanto occasionalmente. Anche se l'obbligo di avere accesso a questo tipo di apparecchiature, raramente utilizzate, è ovviamente legittimo, il possesso effettivo e la detenzione di tali apparecchiature presso i locali nei quali il riparatore svolge la propria attività non sarebbe un criterio qualitativo vero e proprio, poiché questo non sarebbe richiesto dalla natura dei servizi di riparazione e manutenzione in questione. In queste circostanze il fornitore dovrebbe invece, ad esempio, consentire ai riparatori di affittare detti strumenti.



- F Anche l'acquisto o l'utilizzo di attrezzatura diagnostica di una marca specifica qualora sia disponibile un'attrezzatura generica equivalente non sarebbe un vero criterio qualitativo e non rientrerebbe dunque nel campo di applicazione del regolamento. Inoltre, è probabile che una condizione di questo tipo limiti indirettamente l'attività multimarca nel settore dei servizi di riparazione e manutenzione, poiché un riparatore dovrebbe avere l'attrezzatura diagnostica specifica per ogni marca, il che ridurrebbe le economie di scala che si ottengono con un'officina multimarca.
- F Anche l'esistenza di un autolavaggio per ogni riparatore autorizzato non rappresenterebbe un vero criterio qualitativo. Anche se un produttore può avere un interesse legittimo nel precisare che un riparatore abbia accesso ad un'attrezzatura per lavare gli autoveicoli dei clienti che richiedono questo servizio, dovrebbe spettare al riparatore autorizzato decidere come ottenere questo risultato: egli può farlo, per esempio, portando il veicolo ad un vicino distributore di benzina dotato di autolavaggio.
- F Il fornitore ha ovviamente un interesse legittimo ad assicurarsi che qualsiasi attrezzatura elettronica che il riparatore utilizza per comunicare con lui funzioni in maniera efficiente e sicura e che sia compatibile con i suoi sistemi IT. L'utilizzo per tale comunicazione di una soluzione tecnica specifica non sarebbe tuttavia un vero criterio qualitativo qualora il rivenditore potesse raggiungere gli stessi obiettivi con altri mezzi, più economici o più flessibili. Qualora il riparatore abbia bisogno di determinate informazioni tecniche per potere collegare il suo sistema IT con quello del fornitore, queste dovrebbero essere messe a sua disposizione.
- F La messa a disposizione dei clienti di autoveicoli in sostituzione dei loro veicoli in manutenzione o riparazione sarebbe un criterio qualitativo valido. Tuttavia, anche se l'obbligo di offrire tali servizi è normalmente legittimo, l'obbligo di avere in proprietà degli autoveicoli di sostituzione non sarebbe un vero criterio qualitativo, poiché ciò non sarebbe richiesto dalla natura dei servizi di riparazione e manutenzione in questione. Il fornitore dovrebbe, ad esempio, permettere ai riparatori autorizzati di soddisfare le esigenze di mobilità dei propri clienti dando loro la possibilità di usufruire di un'autovettura a noleggio. Le parti devono essere libere di ricorrere ad un esperto o ad un arbitro indipendenti in caso di controversie relative alla valutazione di tali condizioni<sup>18</sup>.

**13. Un fornitore può richiedere ai potenziali riparatori autorizzati di soddisfare criteri supplementari rispetto a quelli richiesti ai membri esistenti della rete di riparazione?**

In linea generale no. La maggior parte dei fornitori istituirà per la riparazione e la manutenzione sistemi di distribuzione selettiva basati su criteri di qualità, poiché la quota di mercato della loro rete relativa alla riparazione e manutenzione dei veicoli delle loro marche sarà superiore al 30%. Richiedere ai candidati di soddisfare criteri aggiuntivi rispetto a quelli richiesti ai membri esistenti del sistema di distribuzione non sarebbe compatibile con la natura di un sistema

---

<sup>18</sup> Articolo 3, paragrafo 6 del regolamento n. 1400/2002.

basato su criteri qualitativi e non rientrerebbe nel campo di applicazione del regolamento.

**14. Un fornitore deve fissare criteri identici per tutti i membri della rete di riparatori autorizzati?**

Non necessariamente. Un fornitore deve stabilire criteri qualitativi identici ed applicarli nella stessa maniera per tutti i riparatori che sono in una situazione simile (principio di non discriminazione). Tuttavia, un fornitore può ad esempio richiedere ai riparatori nelle aree urbane prospere di rispettare norme diverse rispetto ai riparatori delle zone rurali o può esigere che le grandi officine rispettino criteri diversi rispetto a quelle piccole.

**15. Un fornitore può rifiutare di concedere l'autorizzazione ad un riparatore che effettua soltanto riparazioni della carrozzeria (carrozziere) e che non svolge riparazioni di altro tipo, come il lavoro meccanico?**

La risposta dipende dal fatto che il fornitore abbia un sistema di designazione dei riparatori autorizzati basato su criteri **quantitativi** o esclusivamente **qualitativi**. (Un fornitore che utilizzi un sistema quantitativo può beneficiare del regolamento soltanto se la sua quota di mercato relativa alla riparazione e manutenzione della marca in questione è inferiore al 30%.)

Una condizione relativa alla gamma di servizi che una ditta deve offrire è generalmente considerata un valido criterio di **qualità** ed è dunque consentita nell'ambito di un sistema di selezione puramente **qualitativo**. Pertanto, in linea generale, un fornitore con un sistema selettivo basato su criteri di qualità può rifiutare l'autorizzazione agli esercizi che svolgono solamente attività di carrozzeria. Tuttavia, una delle caratteristiche di un sistema puramente qualitativo è che i fornitori non possono discriminare tra i membri del sistema. Pertanto, se un fornitore ha già nella sua rete altri riparatori che sono "soltanto carrozzieri", non può rifiutare di autorizzare altri riparatori che sono "soltanto carrozzieri", a meno che questi non soddisfino i criteri qualitativi previsti per detti esercizi.

D'altro canto, un fornitore che gestisca un sistema **quantitativo** può sempre rifiutare di nominare un determinato riparatore che è "soltanto carrozziere", anche se ha già autorizzato altri esercizi che sono "soltanto carrozzerie" e se il nuovo richiedente soddisfa i criteri qualitativi.

Gli stessi principi si applicano ai riparatori autorizzati potenziali che desiderano fornire altre gamme limitate di servizi all'interno della rete, come le officine di riparazione rapida che si concentrano sulla sostituzione di scappamenti, pneumatici, freni e ammortizzatori.

**16. Un fornitore può rifiutare di autorizzare i distributori di pezzi di ricambio che non forniscono anche servizi di riparazione?**

Di norma, no. Nella maggior parte dei casi i fornitori saranno al di sopra della soglia di quota di mercato del 30% per determinate categorie di pezzi di ricambio

e per rientrare nel campo di applicazione del regolamento utilizzeranno dunque la selezione qualitativa per scegliere i punti vendita autorizzati di pezzi di ricambio. Si pone dunque la questione se l'obbligo di riparare i veicoli all'interno della rete del produttore è un criterio di qualità valido per un distributore di pezzi di ricambio. Per determinarlo, occorre valutare se questo criterio (ossia il fatto di essere autorizzato anche a riparare autoveicoli) sia oggettivo e richiesto o meno dalla natura del prodotto (pezzi di ricambio). Non vi è nulla nella natura dei pezzi di ricambio che richieda che essi siano venduti esclusivamente dalle imprese che sono autorizzate a riparare i veicoli della marca in questione ed un tale obbligo rappresenta dunque una condizione che non può essere esentata a norma del regolamento nel contesto di un sistema selettivo di distribuzione basato su criteri qualitativi.

## OFFICINE MULTIMARCA

### **17. Quali condizioni pratiche può imporre un fornitore ad un riparatore che voglia ottenere lo status di riparatore autorizzato da produttori concorrenti?**

I principi precisati nella risposta alla domanda 5 per quanto riguarda i rivenditori multimarca si applicano anche alle officine multimarca.

## **Questioni generali**

### **18. Un fornitore è obbligato ad utilizzare contratti distinti per la vendita e per la riparazione e manutenzione degli autoveicoli?**

No. Il fornitore può decidere di utilizzare contratti distinti per ogni attività, ma può anche scegliere di utilizzare un singolo contratto per i rivenditori che sono anche riparatori.

Tuttavia, in presenza sia di uno che di più contratti, un'impresa che effettui sia la vendita che la riparazione e la manutenzione deve poter interrompere<sup>19</sup> gli obblighi contrattuali relativi ad una di tali attività senza dover concludere con il suo fornitore un nuovo accordo relativamente all'altra attività. Ad esempio, un distributore che abbia un accordo relativo sia alla vendita che alla riparazione e che desideri ritirarsi dall'attività di vendita al dettaglio di automobili nuove pur mantenendo la propria attività di riparatore autorizzato dovrebbe essere in grado di farlo sulla base dell'accordo esistente.

---

<sup>19</sup> Anche se deve rispettare tutte le eventuali condizioni contrattuali in materia di preavviso.

**19. In che misura un fornitore può avere accesso ai dati commerciali di un distributore o di un riparatore che è autorizzato a vendere o a riparare anche le marche di produttori concorrenti?**

Un fornitore può avere un interesse legittimo ad assicurarsi che le attività di rivendita o di riparazione autorizzata siano finanziariamente sane e può dunque richiedere di prendere visione dei conti generali di un distributore o riparatore autorizzato. Un fornitore non può tuttavia richiedere l'accesso ai dati specifici relativi alla vendita o alla manutenzione dei veicoli di altre marche, poiché gli altri fornitori potrebbero obiettare al fatto che i propri autoveicoli vengano venduti o riparati da un distributore o riparatore soggetto a tale verifica. Inoltre, lo scambio di informazioni sensibili dal punto di vista commerciale concernenti la vendita o riparazione potrebbe porre altri problemi di concorrenza.

Nel caso in cui un fornitore ritenga necessario esaminare nel dettaglio la contabilità di un distributore o riparatore multimarca, egli deve incaricare di effettuare tale verifica una parte indipendente, come ad esempio un contabile, che rispetterà la natura riservata delle informazioni sensibili.

**20. Se un distributore o riparatore di una determinata marca desidera cedere la propria attività di rivendita o di riparazione ad altro distributore o riparatore della stessa marca, deve prima presentare l'offerta al fornitore di detta marca? Deve informare il fornitore con notevole anticipo in merito alla cessione proposta?**

Il regolamento dà ad ogni distributore che desidera cedere la propria attività di rivendita il diritto di venderla ad un altro distributore di sua scelta appartenente alla rete del produttore. La stessa cosa vale per i riparatori, che devono essere liberi di vendere la propria attività a qualsiasi altro riparatore di propria scelta facente parte della stessa rete. Il regolamento non si applica dunque ad alcun obbligo che preveda che un distributore o riparatore debba offrire la propria attività al fornitore prima di offrirla ad altri distributori o riparatori (diritto di prelazione).

Il distributore o il riparatore può essere tenuto ad informare il fornitore della sua intenzione di vendere la propria attività, ma questo non deve ritardare la cessione. Un preavviso di quattro settimane prima che la cessione diventi effettiva sarebbe dunque accettabile.