

Comunicación de la Comisión con arreglo al artículo 5 del Reglamento nº 19/65/CEE del Consejo, de 2 de marzo de 1965, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado a determinadas categorías de acuerdos y prácticas concertadas

(2002/C 67/02)

(Texto pertinente a efectos del EEE)

La Comisión invita a los terceros interesados a que remitan sus comentarios sobre la siguiente propuesta de Reglamento (CE) de la Comisión 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. La propuesta se acompaña de una nota explicativa.

Dichos comentarios habrán de remitirse a la Comisión antes de que transcurra un mes desde la fecha de la presente publicación. Se ruega remitan sus comentarios a la dirección siguiente:

Comisión Europea
Dirección General de Competencia
Dirección F, Unidad F2 — Automóviles y otros medios de transporte
B-1049 Bruxelles/Brussel
Dirección de correo electrónico: comp-draft-car-ber@cec.eu.int

Proyecto de

REGLAMENTO (CE) Nº . . . / . . . DE LA COMISIÓN

de [. . .]

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

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Reglamento nº 19/65/CEE del Consejo, de 2 de marzo de 1965, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado a determinadas categorías de acuerdos y prácticas concertadas ⁽¹⁾, cuya última modificación la constituye el Reglamento (CE) nº 1215/1999 ⁽²⁾, y, en particular, su artículo 1,

Previa publicación del proyecto del presente Reglamento ⁽³⁾,

Tras consultar al Comité consultivo en materia de prácticas restrictivas y posiciones dominantes,

Considerando lo siguiente:

- (1) El Reglamento nº 19/65/CEE habilita a la Comisión para aplicar mediante reglamento el apartado 3 del artículo 81 del Tratado (antiguo apartado 3 del artículo 85) a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas que entren en el ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 81.
- (2) La experiencia adquirida con los acuerdos de distribución y de servicios posventa en el sector del automóvil permite definir categorías de acuerdos verticales que pueden con-

siderarse que satisfacen normalmente las condiciones establecidas en el apartado 3 del artículo 81.

- (3) La experiencia adquirida en los mercados de distribución de vehículos de motor y en los mercados de recambios y de servicios de reparación y mantenimiento de vehículos de motor permite concluir que en este sector son necesarias unas normas más estrictas que las establecidas en el 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 ⁽⁴⁾, en particular cuando un proveedor recurre a una distribución selectiva o exclusiva.
- (4) El presente Reglamento será aplicable a los acuerdos verticales para la compra o la venta de vehículos de motor nuevos, a los acuerdos verticales por la compra o la venta de recambios para los vehículos de motor y a los acuerdos verticales para la compra y la venta de servicios de reparación y mantenimiento cuando estos acuerdos se celebran entre empresas no competidoras, entre algunas empresas competidoras o por algunas asociaciones de minoristas de mercancías. El presente Reglamento también será aplicable a estos acuerdos verticales cuando contengan disposiciones accesorias sobre la transferencia o la utilización de derechos de propiedad intelectual. A efectos del presente Reglamento, el término «acuerdos verticales» incluirá las correspondientes prácticas concertadas.

⁽¹⁾ DO 36 de 6.3.1965, p. 533.

⁽²⁾ DO L 148 de 15.6.1999, p. 1.

⁽³⁾ DO C . . .

⁽⁴⁾ DO L 336 de 29.12.1999, p. 21.

Considerandos relativos a las condiciones generales que determinan el ámbito de aplicación del presente Reglamento

- (5) El beneficio de la exención por categorías deberá limitarse a los acuerdos verticales con respecto a los cuales se pueda asegurar con un grado suficiente de seguridad que cumplen las condiciones del apartado 3 del artículo 81.
- (6) Los acuerdos verticales de las categorías definidas en el presente Reglamento, pueden mejorar la eficiencia económica de una cadena de producción o de distribución al permitir una mejor coordinación entre las empresas participantes. En concreto, pueden producir una reducción de los costes de las transacciones y de los costes de distribución de las partes y optimizar sus niveles de ventas e inversión.
- (7) La probabilidad de que dicha mejora de la eficiencia económica compense los efectos contrarios a la competencia derivados de las restricciones contenidas en los acuerdos verticales depende del grado de poder de mercado de las empresas implicadas y, por tanto, de la medida en que dichas empresas estén expuestas a la competencia de otros proveedores de bienes o servicios que el comprador considere intercambiables o sustituibles por sus características, precios y destino previsto.
- (8) Siempre y cuando la cuota de mercado del proveedor en el mercado de referencia no supere los umbrales previstos en las condiciones generales para la aplicación del presente Reglamento, cabe suponer que los acuerdos verticales que no contengan determinado tipo de restricciones especialmente graves y contrarias a la competencia conducen por lo general a una mejora en la producción o distribución y reservan a los usuarios una participación equitativa en los beneficios resultantes. El presente Reglamento, específico a un sector, contiene normas más estrictas que las que establece el Reglamento (CE) nº 2790/1999 de la Comisión, y puede suponerse por lo tanto que, en general, los acuerdos de distribución presentan estas ventajas cuando el proveedor interesado tiene una cuota de mercado de hasta un 30 %, o de hasta un 40 % en caso de distribución selectiva cuantitativa para la venta de vehículos de motor nuevos. En el caso de los acuerdos verticales que contienen obligaciones de suministro exclusivo, la cuota de mercado del comprador es el factor decisivo para determinar los efectos globales de tales acuerdos verticales sobre el mercado.
- (9) Por encima del límite de la cuota de mercado establecida en las condiciones generales para la aplicación del presente Reglamento, no cabe admitir la presunción de que los acuerdos verticales que entren en el ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 81 generarán con carácter general ventajas objetivas de tal naturaleza y dimensión que compensen las desventajas que causan a la competencia. No obstante, cuando el proveedor recurre a una dis-

tribución selectiva puramente cualitativa, el Reglamento se aplica sin límite máximo relativo a la cuota de mercado.

- (10) Con el fin de impedir a un proveedor resolver un contrato porque un distribuidor o un reparador sigue prácticas que favorecen la competencia y que no pueden ser prohibidas en virtud del presente Reglamento, como las ventas activas o pasivas a consumidores de otro país, el multi-marquismo o la subcontratación de servicios de reparación y mantenimiento, cualquier notificación de resolución deberá indicar claramente las razones de la misma. Además, se introduce un período de preaviso normal de dos años para reforzar la independencia de los distribuidores con respecto a sus proveedores.
- (11) Con el fin de favorecer una resolución rápida de los conflictos que puedan surgir entre las partes de un acuerdo de distribución y que pudiera de otro modo obstaculizar la competencia efectiva, el presente Reglamento deberá cubrir solamente los acuerdos que establecen la posibilidad para cada parte de recurrir a un tercero o a un mediador expertos independientes, en particular en caso de notificación de resolución de un acuerdo.

Considerandos relativos a las restricciones incondicionales

- (12) El presente Reglamento no deberá eximir de los acuerdos verticales que contienen determinados tipos de restricciones que tienen graves efectos contrarios a la competencia que no son necesarios para alcanzar los efectos positivos previamente mencionados, independientemente de la cuota de mercado de las empresas en cuestión.
- (13) Esta norma se aplicará, en particular, a los acuerdos verticales que contienen restricciones que tienen graves efectos contrarios a la competencia, como precios de reventa mínimos y fijos, así como a determinados tipos de protección territorial, que no deben beneficiarse de la exención por categorías establecida en el presente Reglamento.
- (14) No podrá, en general, prohibirse a los minoristas la realización de ventas activas o pasivas de productos contractuales u otros equivalentes a ningún usuario final en el sentido del artículo 1, incluidos los usuarios finales que hayan autorizado a un intermediario o a un agente comprador a adquirir, tomar posesión, transportar o almacenar un vehículo de motor nuevo en su nombre.
- (15) En particular, no se podrá impedir a los miembros de un sistema de distribución selectiva, ni directa ni indirectamente, de forma activa o pasiva, que vendan o anuncien por cualquier medio, incluida la Internet o los sitios de referencia de Internet, productos contractuales u otros equivalentes a usuarios finales en el sentido del artículo 1, incluidos sus intermediarios o agentes compradores, en los mercados donde el proveedor gestione un sistema selectivo de distribución.

- (16) El derecho a prohibir a un distribuidor autorizado que trabaje a partir de un establecimiento no autorizado es la única restricción de venta activa en los sistemas de distribución selectiva que podría estar cubierta, cumpliendo ciertas condiciones, por el presente Reglamento. Sin embargo, esta restricción no estará cubierta por el presente Reglamento si impide el desarrollo de las actividades del distribuidor en el lugar de establecimiento autorizado limitando, por ejemplo, la infraestructura necesaria para permitir un aumento del volumen de venta, incluido el aumento logrado gracias a las ventas por medio de Internet.
- (17) Si el proveedor limitara las ventas del distribuidor a los usuarios finales en otros Estados miembros, por ejemplo modulando la remuneración del distribuidor o el precio de compra en función del destino de los vehículos o del lugar de residencia de los usuarios finales, se produciría una restricción indirecta de las ventas. Otros ejemplos de restricciones indirectas de las ventas son las cuotas de suministro que tengan como base un territorio de ventas que no sea el mercado común, independientemente de si éstas se combinan con objetivos de ventas u objetivos de ventas que tengan como base un territorio de ventas que no sea el mercado común. Los sistemas de primas basados en el destino de los vehículos o en cualquier forma de asignación discriminatoria del producto, ya sea por escasez de la producción o por otra causa, también podrán suponer restricciones indirectas de las ventas.
- (18) Los acuerdos verticales que no obliguen a los distribuidores y reparadores de vehículos de motor de un sistema de distribución del proveedor a ofrecer garantías, realizar servicios gratuitos y efectuar servicios de actualización para los vehículos de motor vendidos por el fabricante en cuestión en cualquier lugar del mercado común suponen una restricción indirecta de las ventas. Además, con el fin de permitir a los distribuidores vender vehículos de motor en todo el mercado común, el presente Reglamento no cubre los acuerdos de distribución que no exijan que los reparadores del sistema del proveedor ofrezcan 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.
- (19) El presente Reglamento no cubre los acuerdos verticales que restrinjan la venta de recambios de origen o de calidad similar por los miembros del sistema de distribución a reparadores independientes que los utilicen para la prestación de servicios de reparación o mantenimiento. Si no tienen acceso a dichos recambios de origen, estos reparadores independientes no podrían competir eficazmente con los reparadores autorizados del sistema de distribución de un fabricante de vehículos, puesto que no podrían ofrecer a los consumidores servicios de calidad que contribuyan a la seguridad y a la fiabilidad del funcionamiento de los vehículos de motor.
- (20) Con el fin de conceder a los usuarios finales el derecho a adquirir en un distribuidor de su elección un vehículo de motor que se ofrezca en otro Estado miembro, el presente Reglamento no cubre los acuerdos verticales que no permitan a un distribuidor controlar, almacenar y vender un vehículo que corresponda a un modelo que forme parte de su gama contractual. Las condiciones discriminatorias u objetivamente injustificadas, en particular en lo que a plazos de entrega o de precio se refiere, aplicadas por el proveedor a los vehículos correspondientes, deben considerarse como una restricción de la capacidad del distribuidor para vender estos vehículos.
- (21) Los vehículos de motor son mercancías móviles costosas y técnicamente complejas que requieren servicios de reparación y mantenimiento a intervalos tanto regulares como irregulares. Sin embargo, no resulta imprescindible que los distribuidores de vehículos de motor nuevos ofrezcan también servicios de reparación y mantenimiento. El interés legítimo de los proveedores y consumidores puede satisfacerse completamente si el distribuidor subcontrata estos servicios, incluidas las intervenciones bajo garantía, el servicio gratuito y la actualización de los vehículos, a uno o más reparadores del sistema de distribución del proveedor y si se informa debidamente al consumidor de la localización del reparador oficial subcontratado. Tampoco es necesario, para prestar adecuadamente servicios de reparación y mantenimiento, que los reparadores vendan también vehículos de motor nuevos. El presente Reglamento no cubre, por lo tanto, los acuerdos verticales en los que figuren obligaciones o cláusulas incitativas directas o indirectas que establecen un vínculo entre las actividades de venta y servicio posventa o que hacen que la prestación de una de estas actividades dependa de la prestación de otra; es el caso, en particular, cuando la remuneración de los distribuidores o reparadores autorizados vinculada a la compra o la venta de bienes o servicios necesarios para una actividad depende de las ventas de bienes o servicios vinculados a la otra actividad, o cuando se reúnen todos estos bienes sin distinción en un único sistema de remuneración o descuento.
- (22) Para garantizar una competencia efectiva en los mercados de mantenimiento y reparación, así como para permitir a los reparadores ofrecer a los consumidores finales recambios competitivos, como recambios de origen o de calidad equivalente, el presente Reglamento no incluirá a los acuerdos verticales que dificulten a los reparadores que pertenecen a la red de distribución de un fabricante de vehículos, a los distribuidores de recambios, a los usuarios finales o a los reparadores independientes el abastecimiento de recambios del fabricante de los mismos o de otro tercero de su elección.
- (23) Asimismo, con el fin de ofrecer a los reparadores autorizados e independientes y a los consumidores una verdadera capacidad para elegir en lo relativo a los recambios, el presente Reglamento no cubrirá los acuerdos por los cuales un fabricante de vehículos de motor limite la capacidad de un fabricante de recambios de origen para colocar su marca o su logotipo en estos recambios de manera efectiva y visible, tanto si estos recambios se facilitan al fabricante de vehículos para su montaje como si se facilitan a reparadores para su sustitución.

(24) El presente Reglamento no cubre los acuerdos verticales que restringen el derecho de los reparadores autorizados a utilizar recambios de calidad similar para la reparación o mantenimiento de un vehículo de motor. No obstante, dado que los fabricantes de vehículos tienen una responsabilidad contractual directa en caso de reparaciones bajo garantía, de servicio gratuito y operaciones relacionadas con la actualización de los vehículos, el presente Reglamento incluye la obligación, para el reparador autorizado, de utilizar para esas reparaciones recambios de origen suministrados por el fabricante de los vehículos.

(25) Con el fin de garantizar una competencia efectiva en el mercado de los servicios de reparación y mantenimiento, así como para evitar que los reparadores independientes estén excluidos del mercado, los fabricantes deberán autorizar a los operadores independientes interesados a tener acceso a toda la información técnica, a todos los sistemas de diagnóstico y otros equipos, herramientas, incluidos todos los programas informáticos pertinentes y a toda la formación necesaria para la reparación y mantenimiento de los vehículos de motor. Los operadores independientes a los que se debe conceder este acceso son, entre otros, los reparadores independientes, los fabricantes de material o herramientas de reparación, los editores de información técnica, las asociaciones de automovilistas, las sociedades de asistencia en carretera, los operadores que ofrecen servicios de inspección y prueba y los operadores que garantizan formación a los reparadores. Las condiciones de acceso no deberán, en particular, hacer distinción entre operadores autorizados e independientes. El acceso deberá concederse en el momento oportuno, previa petición. El precio de la información deberá tener en cuenta el uso que da en realidad el operador independiente. Los fabricantes deberán ofrecer acceso a los reparadores independientes a la información técnica sobre vehículos de motor nuevos al mismo tiempo que se da dicho acceso a sus reparadores autorizados y no deberán obligar a los reparadores independientes a comprar más información que la necesaria para efectuar ese tipo de trabajo de reparación o mantenimiento. Resulta, sin embargo, legítimo y apropiado que los proveedores denieguen el acceso a la información técnica que podría permitir a un tercero frustrar o neutralizar los dispositivos antirrobo instalados a bordo. Por otra parte, en el momento de conceder licencias a terceros, habrá que tener en cuenta el interés legítimo del fabricante de vehículos de motor por decidir la forma en que se explotan sus derechos de propiedad intelectual y sus conocimientos técnicos. No obstante, estos derechos deberán ejercerse de forma que eviten cualquier tipo de abuso.

Considerandos relativos a las condiciones específicas

(26) Para garantizar el acceso o prevenir las connivencias en los mercados en cuestión y ofrecer a los distribuidores la posibilidad de vender vehículos de dos o más fabricantes diferentes, que no sean empresas vinculadas, se deberá combinar la exención por categorías con algunas condiciones específicas. Con este fin, la obligación de no competir no deberá estar cubierta por la exención. En especial, en el presente Reglamento no figura la prohibición de

venta de marcas competidoras. Esto no prejuzga la capacidad del fabricante para exigir al distribuidor que exponga los vehículos en zonas específicas a cada marca en su sala de exposición con el fin de evitar una confusión entre las mismas. No obstante, otras exigencias, como la obligación de emplear a personal de venta específico para cada marca, se consideran obligaciones anticompetitivas indirectas no cubiertas por la exención. Del mismo modo, la obligación de presentar la gama completa de vehículos de motor constituye una obligación anticompetitiva indirecta no cubierta por la exención si imposibilita o dificulta irrazonablemente la venta o exposición de vehículos producidos por fabricantes diferentes.

(27) Para garantizar que los reparadores puedan llevar a cabo reparaciones o el mantenimiento de todos los vehículos de motor, el presente Reglamento no prevé ninguna exención para la obligación de limitar la capacidad de los reparadores de vehículos de motor a ofrecer servicios de reparación o mantenimiento para marcas de fabricantes competidoras.

(28) Además, se requieren condiciones específicas para impedir que algunas restricciones de un sistema de distribución selectiva estén cubiertas por el presente Reglamento. Esto se refiere sobre todo a las obligaciones que tienen como efecto impedir que los miembros de un sistema de distribución selectiva vendan las marcas de fabricantes competidores específicos, lo que podría fácilmente excluir del mercado a determinadas marcas. Otras dos condiciones son necesarias para crear oportunidades para los distribuidores que deseen aprovechar las posibilidades del mercado fuera de su lugar de establecimiento, para la integración del mercado y para aumentar la competencia de precios y la capacidad de elección de los consumidores cuando los proveedores tengan una cierta presencia global. Con este fin, la restricción impuesta al distribuidor autorizado de turismo en lo relativo a su capacidad para establecerse en cualquier Estado miembro está excluida de la cobertura del presente Reglamento. Por otra parte, para los proveedores de vehículos nuevos distintos de los turismos, es necesaria una condición que limite la duración de las restricciones en el lugar de establecimiento de un distribuidor a cinco años para permitir a ambas partes que adapten sus acuerdos a los cambios que se produzcan en las condiciones de mercado.

(29) Por otra parte, el presente Reglamento no cubre las restricciones que limitan la capacidad de un minorista para vender servicios de arrendamiento financiero para los vehículos de motor.

Considerandos relativos a la retirada y a la no aplicación del presente Reglamento

(30) Las limitaciones de la cuota de mercado, la no exención de determinados acuerdos verticales y las condiciones establecidas en el presente Reglamento garantizan en principio que los acuerdos a los que se aplica la exención por categorías no permitan a las empresas participantes eliminar la competencia respecto de una parte sustancial de los bienes o servicios de que se trate.

(31) En casos específicos, en los que un acuerdo cumpla las condiciones del presente Reglamento pero surta, sin embargo, efectos incompatibles con el apartado 3 del artículo 81, la Comisión podrá retirar el beneficio de la exención por categorías. Esto podrá suceder en particular si el comprador tiene un poder de mercado significativo en el mercado de referencia en el que revende los bienes o suministra los servicios, o si redes paralelas de acuerdos verticales tienen efectos similares que restringen de manera significativa el acceso al mercado de referencia o la competencia en dicho mercado. Estos efectos cumulativos pueden surgir por ejemplo en el caso de acuerdos de distribución selectiva. La Comisión también podrá retirar el beneficio de la exención por categorías si la competencia se ve perceptiblemente restringida en un mercado por la presencia de un proveedor con poder de mercado o si los precios y condiciones de suministro a los distribuidores de los vehículos de motor difirieren considerablemente entre mercados geográficos. También podrá impedir a los operadores afectados beneficiarse de la exención por categorías si se aplicaran precios, suplementos o condiciones de venta discriminatorios para el suministro de los bienes correspondientes, en particular si el proveedor factura, además del precio para el modelo pertinente en la gama contractual, suplementos injustificados, como los que tienen en cuenta los diferentes impuestos nacionales.

(32) El Reglamento nº 19/65/CEE confiere a las autoridades de los Estados miembros la facultad de retirar el beneficio de la exención por categorías a los acuerdos verticales que surtan efectos incompatibles con las condiciones establecidas en el apartado 3 del artículo 81, cuando tales efectos tengan lugar en su respectivo territorio o en una parte de él, y cuando dicho territorio reúna las características propias de un mercado geográfico distinto. Los Estados miembros deberán garantizar que el ejercicio de esta facultad de retirada de la exención se entienda sin perjuicio de la aplicación uniforme en todo el mercado común de las normas de competencia comunitarias o del pleno efecto de las medidas adoptadas en aplicación de las mismas.

(33) Con objeto de reforzar la supervisión de redes paralelas de acuerdos verticales que tengan efectos restrictivos similares y que abarquen más del 50 % de un mercado determinado, la Comisión podrá declarar el presente Reglamento inaplicable a los acuerdos verticales que contengan determinadas restricciones relativas al mercado de que se trate, restaurando así la plena aplicación del artículo 81 respecto de dichos acuerdos.

Considerandos generales

(34) El presente Reglamento deberá entenderse sin perjuicio de la aplicación del artículo 82.

(35) De conformidad con el principio de primacía del Derecho comunitario, ninguna medida adoptada en la aplicación de las leyes nacionales sobre competencia deberá ir en perjuicio de la aplicación uniforme en todo el mercado

común de las normas de competencia comunitarias o del pleno efecto de las medidas adoptadas en aplicación de las mismas, incluido el presente Reglamento.

HA ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

Artículo 1

Definiciones

A efectos de la aplicación del presente Reglamento, se entenderá por:

- a) «empresas competidoras»: los proveedores reales o potenciales en el mismo mercado de producto; el mercado de producto incluirá los bienes o servicios que el comprador considere intercambiables o sustituibles con los bienes o servicios del contrato, dadas sus características, precios y destino previsto;
- b) «cláusula de no competencia»: cualquier 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 cualquier obligación, directa o indirecta, que exija al comprador adquirir al proveedor o a otra empresa designada por éste más del 50 % del total de sus compras de los bienes o servicios contractuales y de sus sustitutos en el mercado de referencia, calculadas sobre la base del valor de sus compras en el año precedente. Esto no incluye la exigencia de que el distribuidor venda los vehículos de motor de otros proveedores en zonas específicas a cada marca en su sala de exposición con el fin de evitar confusión entre las mismas;
- c) «obligación de suministro exclusivo»: cualquier obligación directa o indirecta que obligue al proveedor a vender los bienes o servicios especificados en el acuerdo exclusivamente a un comprador de dentro de la Comunidad para un uso específico o para su reventa;
- d) «sistema de distribución selectivo»: un sistema de distribución en el cual el proveedor se comprometa a vender los bienes o los servicios contractuales, directa o indirectamente, solamente a distribuidores o reparadores seleccionados a partir de criterios definidos, y en el cual estos distribuidores o reparadores se comprometen a no vender estos bienes o servicios a distribuidores o reparadores no autorizados, sin perjuicio de la posibilidad de vender recambios y de la obligación de proporcionar toda la información técnica, todos los sistemas de diagnóstico, todas las herramientas y toda la formación necesaria para la reparación y el mantenimiento de los vehículos de motor o para la puesta en práctica de medidas de protección del medio ambiente a reparadores no autorizados;
- e) «sistema de distribución selectiva cuantitativa»: un sistema de distribución selectiva en el que el proveedor aplica, para seleccionar a los distribuidores y a los reparadores, criterios que limitan directamente el número de distribuidores o reparadores seleccionados;

- f) «sistema de distribución selectiva cualitativa»: un sistema de distribución selectiva en el cual el proveedor aplica, para seleccionar a los distribuidores o a los reparadores, criterios de carácter puramente cualitativo, requeridos por la naturaleza del bien o el servicio contractual, establecidas uniformemente para todos los miembros potenciales del sistema de distribución, sin aplicarse de manera discriminatoria ni limitando directamente el número de distribuidores o reparadores;
- g) «derechos de propiedad intelectual»: los derechos de propiedad industrial, los derechos de autor y los derechos conexos;
- h) «conocimientos técnicos»: un conjunto de información práctica no patentada derivada de la experiencia del proveedor y verificada por éste, que es secreta, sustancial y determinada: en este contexto, se entenderá por «secreta» que los conocimientos técnicos, considerados globalmente o en la configuración y ensamblaje preciso de sus elementos, no son de dominio público o fácilmente accesibles; se entenderá por «sustancial» que los conocimientos técnicos incluyen información que es indispensable al comprador para el uso, la venta o la reventa de los bienes o servicios contractuales; se entenderá por «determinada» que los conocimientos técnicos deben estar descritos de manera suficientemente exhaustiva, para permitir verificar si se ajustan a los criterios de secreto y sustancialidad;
- i) «comprador»: ya se trate de un distribuidor o de un reparador, una empresa que, con arreglo a un acuerdo al que se aplique el apartado 1 del artículo 81 del Tratado, venda bienes o servicios por cuenta de otra empresa;
- j) «reparador autorizado»: un prestador de servicios de reparación y mantenimiento de vehículos de motor, que actúe en un sistema de distribución establecido por el proveedor de vehículos de motor;
- k) «reparador no autorizado o independiente»: un prestador de servicios de reparación y mantenimiento de vehículos de motor, que no actúe en un sistema de distribución establecido por el proveedor para sus vehículos de motor;
- l) «vehículo de motor»: un vehículo de tres o más ruedas destinado a ser utilizado en la vía pública;
- m) «turismo»: un vehículo de motor destinado al transporte de pasajeros que no conste de más de ocho asientos, además del asiento del conductor;
- n) «gama contractual»: todos los diferentes modelos de vehículos de motor comprados por el distribuidor al proveedor;
- o) «vehículo de motor correspondiente a un modelo que forme parte de la gama contractual», un vehículo:
- construido o armado en volumen por el fabricante, e
 - idéntico en cuanto al tipo de carrocería, transmisión, chasis y tipo de motor a un vehículo que forme parte de la gama contractual, y
 - que sea objeto de un acuerdo de distribución con otra empresa del sistema de distribución establecido por el fabricante o con su consentimiento;
- p) «recambios»: piezas que deben instalarse en un vehículo de motor o sobre él para sustituir a componentes de este vehículo;
- q) «recambios de origen»: recambios que son producidos por el fabricante de los componentes que se utilizan o utilizaron para el montaje del vehículo de motor nuevo y que se fabrican en la misma línea de producción que estos componentes. La prueba de que dichos recambios equivalen a los componentes que se utilizan para el montaje de un vehículo de motor nuevo corresponde al fabricante de los componentes;
- r) «recambios de calidad equivalente»: recambios cuya calidad es equivalente a la de los componentes que se utilizan o utilizaron para el montaje de un vehículo de motor nuevo y que son producidos por el fabricante de estos componentes o por otra empresa y para los cuales el fabricante de recambios puede demostrar que tienen la misma calidad que esos componentes;
- s) «empresas del sistema de distribución»: el fabricante y las empresas a las que el fabricante encarga o da su consentimiento para la distribución, reparación o mantenimiento de bienes contractuales o bienes correspondientes;
- t) «usuario final»: las sociedades de arrendamiento financiero a menos que los contratos de arrendamiento financiero establezcan una transferencia de propiedad o una opción de compra del vehículo antes del vencimiento del contrato;
- u) «operador independiente»: en el sentido del apartado 2 del artículo 4, incluye en especial a los reparadores independientes, fabricantes de equipos o herramientas para reparaciones, editores de información técnica, asociaciones de automovilistas, operadores de asistencia en carretera, operadores que ofrezcan servicios de inspección y prueba y operadores que ofrezcan formación para reparadores;

Artículo 2

Ámbito de aplicación

1. Con arreglo al apartado 3 del artículo 81 del Tratado y sin perjuicio de las disposiciones del presente Reglamento, se declara que el apartado 1 del artículo 81 del Tratado no se aplicará a los acuerdos o prácticas concertadas, suscritos entre dos o más empresas que operen, a efectos del acuerdo, en planos distintos de la cadena de producción o distribución, donde los acuerdos o prácticas concertadas se refieran a las condiciones en las que las partes pueden adquirir, vender o revender vehículos de motor, recambios para este tipo de vehículos o servicios de reparación y mantenimiento de los mismos («acuerdos verticales»).

2. Esta exención se aplicará en la medida en que dichos acuerdos verticales contengan restricciones de la competencia que entren dentro del ámbito de aplicación del apartado 1 del artículo 81 del Tratado («restricciones verticales»).

3. La exención prevista en el apartado 1 se aplicará a los acuerdos verticales celebrados entre una asociación de empresas y sus miembros, o entre dicha asociación y sus proveedores, siempre y cuando todos sus miembros sean minoristas de vehículos de motor o de recambios para vehículos de motor y sólo en el caso de que ninguno de los miembros individuales de esta asociación, conjuntamente con sus empresas vinculadas, no 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 las decisiones adoptadas por la asociación.

4. La exención prevista en el apartado 1 se aplicará a 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 el comprador o sus clientes. La exención se aplicará a condición de que, en relación a los bienes o servicios contractuales, dichas cláusulas no contengan restricciones de la competencia que tengan el mismo objeto o efecto que las restricciones verticales que no estén exentas con arreglo al presente Reglamento.

5. La exención prevista en el apartado 1 no se aplicará a los acuerdos verticales suscritos entre empresas competidoras; no obstante, se aplicará cuando empresas competidoras suscriban un acuerdo vertical no recíproco y:

a) el volumen de negocios global del comprador no exceda de 100 millones de euros al año;

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 del contrato, o

c) el proveedor suministre servicios a distintos niveles del comercio y el comprador no suministre servicios competidores en el nivel del comercio donde compre los servicios contractuales.

Artículo 3

Condiciones generales para la aplicabilidad del Reglamento

1. A reserva de los apartados 2, 3, 4, 5, 6 y 7 del presente artículo, la exención prevista en el artículo 2 se aplicará a condición de que la cuota de mercado que posea el proveedor no supere un 30 % del mercado en cuestión en el que venda los vehículos de motor nuevos, los recambios para vehículos de motor o los servicios de reparación y mantenimiento.

2. Como excepción al apartado 1, el umbral de la cuota de mercado para la aplicación del artículo 2 será del 40 % para los acuerdos por los que se establezcan sistemas de distribución selectiva cuantitativa para la venta de vehículos de motor nuevos.

3. El límite máximo de cuota de mercado de los apartados 1 y 2 no se aplicará a los acuerdos que establezcan sistemas de distribución selectiva cualitativa.

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

5. La exención que establece el artículo 2 se aplicará a condición de que el acuerdo vertical celebrado con un distribuidor o un reparador indique que si un proveedor desea anunciar la resolución, dicho anuncio deberá indicar claramente las razones de la misma, al objeto de evitar que un proveedor resuelva un acuerdo vertical con un distribuidor debido a prácticas que no pueden ser prohibidas por el presente Reglamento, en particular las prácticas cuya restricción tiene como resultado la no aplicación de la exención, o bien al acuerdo vertical en su totalidad, de conformidad con el artículo 4, o bien a la restricción en cuestión, de conformidad con el artículo 5.

6. La exención prevista en el artículo 2 se aplicará a condición de que el acuerdo vertical concluido con un distribuidor o reparador establezca que si un proveedor desea anunciar la resolución, el período de preaviso para la resolución ordinaria sea de al menos dos años para ambas partes; este período se reduce a al menos un año cuando:

a) el proveedor esté obligado por la ley o por acuerdo especial a pagar una compensación apropiada al resolver el acuerdo, o

b) el proveedor resuelve el acuerdo cuando es necesario reorganizar total o sustancialmente su red de distribución.

7. La exención prevista en el artículo 2 se aplicará a condición de que el acuerdo vertical establezca que las partes recurren a un tercero o a un mediador expertos independientes en caso de litigios relativos al respeto de sus obligaciones contractuales. Estos litigios pueden surgir, por ejemplo, de la aplicación de los criterios convenidos para determinar los objetivos de venta, la realización de los objetivos de venta o el respeto de las obligaciones de suministro, el respeto de las obligaciones de existencias, el respeto de una obligación de proporcionar o utilizar vehículos de demostración, la cuestión de si la prohibición de trabajar en un lugar de establecimiento no autorizado limita la capacidad, para el minorista, de extender sus actividades o la cuestión de si la cancelación de un contrato está justificada por las razones expuestas en el aviso de resolución. Esta posibilidad se aplica sin perjuicio del derecho, para cada parte, a recurrir a un tribunal nacional.

Artículo 4

Restricciones incondicionales

1. La exención prevista en el artículo 2 no se aplicará a los acuerdos verticales que, directa o indirectamente, por sí solos o en combinación con otros factores bajo control de las partes, tengan por objeto:

a) la restricción de la facultad del distribuidor o reparador de determinar el precio de venta, sin perjuicio de la capacidad del proveedor para imponer precios de venta máximos o recomendar un precio de venta, siempre y cuando éstos no equivalgan a un precio de venta fijo o mínimo como resultado de presiones o incentivos procedentes de cualquiera de las partes;

b) la restricción del territorio en el que el distribuidor o reparador puedan vender los bienes o servicios contractuales, o de los clientes a los que pueda vendérselos, excepto:

— la restricción de las ventas activas a un territorio o grupo de clientes reservados en exclusiva al proveedor o asignados en exclusiva a otro distribuidor o reparador por dicho proveedor, cuando tal prohibición no limite las ventas de los clientes del distribuidor o reparador,

— la restricción de las ventas a usuarios finales por parte de un distribuidor que opere en el ámbito del comercio al por mayor,

— 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, a reserva de las disposiciones de la letra e),

— 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 reparadores pertenecientes a un sistema de distribución selectiva, incluso entre distribuidores o reparadores que operen en distintos niveles comerciales;

d) la restricción de las ventas activas o pasivas de vehículos de motor, de recambios para todos los vehículos de motor o de servicios de reparación y mantenimiento a consumidores finales por los miembros de un sistema de distribución selectiva que operan como minoristas en el mercado, sin perjuicio de la posibilidad de prohibir a un miembro de un sistema de distribución selectiva cuantitativa operar a partir de un lugar de establecimiento no autorizado si esta prohibición no limite la expansión empresarial del distribuidor o del reparador en el lugar de establecimiento autorizado;

e) la restricción de las ventas de recambios para los vehículos de motor por los miembros de un sistema de distribución selectiva a reparadores independientes que las utilicen para la reparación y el mantenimiento de un vehículo de motor;

f) la restricción de la capacidad del distribuidor para vender un vehículo de motor que corresponda a un modelo que forme parte de la gama contractual del distribuidor;

g) la restricción de la capacidad del distribuidor de vehículos de motor para subcontratar la prestación de servicios de reparación y mantenimiento a reparadores autorizados, a condición de que el distribuidor informe debidamente al consumidor, antes de concluir el contrato de venta, de la localización del reparador autorizado;

h) la restricción de la capacidad del reparador de limitar sus actividades a la prestación de servicios de reparación y mantenimiento y a la distribución de recambios;

- i) la restricción convenida entre un proveedor de recambios de origen o de calidad similar, herramientas destinadas a las reparaciones o equipamientos de diagnóstico u otros y un fabricante de vehículos de motor, que limite la capacidad del proveedor para vender estos productos a distribuidores independientes, reparadores autorizados o independientes o a usuarios finales que los utilicen para la reparación y el mantenimiento de vehículos de motor;
 - j) la restricción de la capacidad de un distribuidor o de un reparador para obtener de una tercera empresa de su elección recambios de origen o recambios de calidad equivalente y utilizarlos para la reparación y el mantenimiento de vehículos de motor, sin perjuicio de la posibilidad para un proveedor de vehículos de motor nuevos de exigir la utilización de recambios de origen para las reparaciones bajo garantía, el servicio gratuito y las operaciones de actualización de los vehículos;
 - k) 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 proporcionados o en los recambios de origen y recambios de calidad similar.
- c) cualquier obligación directa o indirecta que impida al distribuidor o al reparador, tras la resolución del acuerdo, producir, comprar, vender o revender vehículos de motor o prestar servicios de reparación o mantenimiento;
 - d) cualquier obligación directa o indirecta que limite la posibilidad para el reparador de vehículos de motor de prestar servicios de reparación o mantenimiento para marcas de proveedores competidores;
 - e) cualquier obligación directa o indirecta que prohíba a los miembros de un sistema de distribución selectiva vender las marcas de determinados proveedores competidores;
 - f) cualquier obligación directa o indirecta impuesta a cualquiera de los miembros de un sistema de distribución selectiva para la distribución de turismos que limite su capacidad para establecer puntos de venta o entrega o almacenes en otras localizaciones dentro del mercado común;
 - g) cualquier obligación directa o indirecta dentro de un sistema de distribución selectiva cuya duración supere los cinco años y que limite la localización del establecimiento de distribución de vehículos de motor distintos a los turismos;
 - h) cualquier obligación directa o indirecta relativa al lugar de establecimiento de un reparador autorizado.

2. La exención que establece el artículo 2 no será aplicable cuando el proveedor de vehículos de motor deniegue el acceso a la información técnica a los operadores independientes, a los equipos de diagnóstico y otros, a herramientas, en particular los programas informáticos pertinentes, 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. Deberá darse acceso a los operadores independientes sin discriminación y de manera proporcionada. Si el punto 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.

Artículo 5

Condiciones específicas

La exención prevista en el artículo 2 no se aplicará a ninguna de las siguientes obligaciones contenidas en los acuerdos verticales:

- a) cualquier obligación directa o indirecta de no competencia relativa a la venta de vehículos de motor;
- b) cualquier obligación directa o indirecta que impida al reparador vender servicios de arrendamiento financiero relativos a los bienes contractuales o a los bienes correspondientes;
- a) el acceso al mercado en cuestión o la competencia en éste se vean limitados significativamente por el efecto acumulativo de redes paralelas de restricciones verticales similares practicadas por proveedores o compradores competidores; o
- b) la competencia esté limitada en un mercado en el que un proveedor no se vea expuesto a una verdadera competencia por parte de otros proveedores; o
- c) las diferencias de precio o condiciones de suministro de los bienes contractuales o los bienes correspondientes sean importantes entre mercados geográficos, o
- d) en los casos en que se practiquen precios o condiciones de venta discriminatorias dentro de un mercado geográfico.

Artículo 6

Retirada del beneficio de la aplicación del Reglamento por parte de la Comisión

Con arreglo al apartado 1 del artículo 7 del Reglamento nº 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 efectos que son incompatibles con las condiciones establecidas por el apartado 3 del artículo 81 del Tratado, y en particular cuando:

Artículo 7

Retirada del beneficio de la aplicación del Reglamento por parte de las autoridades de un Estado miembro

Cuando en un caso concreto los acuerdos verticales a los que se aplique la exención prevista en el artículo 2 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, bajo las mismas condiciones señaladas en el artículo 6.

Artículo 8

No aplicación del Reglamento

1. Con arreglo al artículo 1 bis del Reglamento nº 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.

Artículo 9

Cálculo de la cuota de mercado

1. Las cuotas de mercado establecidas en el presente Reglamento se calcularán sobre la base del volumen de mercado de las ventas de los bienes o servicios contractuales y otros bienes o servicios vendidos por el proveedor, que el comprador considere intercambiables o sustituibles debido a sus características, precios y destino previsto; si no se dispone de datos sobre el volumen de las ventas en el mercado, podrán utilizarse estimaciones basadas en otro tipo de informaciones fidedignas sobre el mercado, incluidos valores de ventas en el mismo, para determinar la cuota de mercado de la empresa de que se trate. A efectos del apartado 2 del artículo 3, el volumen de compra del mercado, o las estimaciones sobre éste, se utilizará como base de cálculo de la cuota de mercado.

2. Con el fin de aplicar las cuotas máximas de mercado del 30 % y 40 % establecidas en el presente Reglamento, se aplicarán las normas siguientes:

a) la cuota de mercado se calculará sobre la base de datos relativos al año natural precedente;

b) la cuota de mercado incluirá los bienes o servicios suministrados a los distribuidores integrados a los efectos de la venta;

c) cuando la cuota de mercado no supere inicialmente el 30 % o 40 % pero se incremente *a posteriori* sin superar el 35 % o 45 % respectivamente, la exención prevista en el artículo 2 seguirá aplicándose durante un período de dos años naturales consecutivos a partir del año en que se sobrepase por primera vez el umbral del 30 % o 40 % respectivamente;

d) cuando la cuota de mercado no supere inicialmente el 30 % o 40 % pero supere *a posteriori* ese nivel sin superar el 35 % o 45 % respectivamente, la exención prevista en el artículo 2 seguirá aplicándose durante un período de un año natural a partir del año en que se sobrepase por primera vez el 30 % o 40 % respectivamente;

e) los beneficios de las letras c) y d) no podrán ser combinados de manera que excedan de un período de dos años naturales.

Artículo 10

Cálculo del volumen de negocios

1. A efectos del cálculo del volumen de negocios global anual contemplado en los apartados 3 y 5 del artículo 2, se sumarán todos los volúmenes de negocio realizados durante el ejercicio financiero previo por la correspondiente parte del acuerdo vertical y por sus empresas vinculadas con respecto a todos los bienes y servicios, excluidos los impuestos y otras tasas. A tal fin, no se tendrán en cuenta las operaciones entre la parte en el acuerdo vertical y sus empresas vinculadas o entre sus empresas vinculadas.

2. La exención prevista en el artículo 2 seguirá siendo aplicable cuando, durante cualquier período de dos ejercicios financieros consecutivos, se rebase el umbral del volumen de negocios global anual en una medida que no exceda del 10 %.

Artículo 11

Definición de empresas vinculadas

1. A efectos del presente Reglamento, los términos «empresa», «proveedor», «comprador», «distribuidor» y «reparador» incluirán a sus respectivas empresas vinculadas.

2. Se entenderá por «empresas vinculadas»:

a) las empresas en que una de las partes disponga directa o indirectamente:

— de más de la mitad de los derechos de voto, o

- del poder de designar a más de la mitad de los miembros del Consejo de vigilancia o de administración, o de los órganos que representen legalmente a la empresa, o
 - del derecho de gestionar los asuntos de la empresa;
- b) las empresas que, directa o indirectamente, tengan sobre 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 poderes enumerados en la letra a) sean ostentados en común por:
- partes en el acuerdo o sus respectivas empresas vinculadas mencionadas en las letras a) a d), o
 - 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.
3. A efectos del artículo 3, la cuota de mercado de las empresas a las que hace referencia la letra e) del apartado 2 del presente artículo será asignada en proporciones iguales a cada una de las empresas que tenga los derechos o facultades enumerados en la letra a) del apartado 2.

Artículo 12

Período transitorio

La prohibición establecida en el apartado 1 del artículo 81 del Tratado CE no se aplicará durante el período comprendido entre el 1 de octubre de 2002 al 30 de septiembre de 2003 respecto de los acuerdos ya vigentes el 30 de septiembre de 2002 que no cumplan los requisitos de exención establecidos en el presente Reglamento pero cumplan los requisitos de exención previstos en el Reglamento (CE) n° 1475/95.

Artículo 13

Informe de evaluación

La Comisión elaborará un informe relativo a la evaluación del presente Reglamento a más tardar el 31 de mayo de 2008.

Artículo 14

Entrada en vigor y expiración

El presente Reglamento entrará en vigor el 1 de octubre de 2002.

El presente Reglamento expirará el 31 de mayo de 2010.

El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Bruselas, el ...

Por la Comisión

...

Miembro de la Comisión

**Nota explicativa sobre el
proyecto de
REGLAMENTO (CE) Nº .../... de la COMISIÓN
de [...]**

relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas en el sector de los vehículos automóviles

1. INTRODUCCIÓN

1. La situación de los acuerdos de distribución y servicio de venta y posventa de vehículos automóviles en el mercado común respecto del artículo 81 del Tratado se rige por el Reglamento (CE) nº 1475/95 de la Comisión, que expira el 30 de septiembre de 2002. Por esta razón, la Comisión debe tomar una decisión sobre las normas aplicables a la distribución de vehículos automóviles a partir de 1 de octubre de 2002.
2. El informe de la Comisión sobre la evaluación del Reglamento (CE) nº 1475/95 ⁽¹⁾ abrió el debate sobre la pertinencia de dichas normas. Al proceso informal de consulta y evaluación le siguió la celebración de audiencias y debates por parte de la Comisión, del Parlamento Europeo y del Comité Económico y Social, complementados con estudios de evaluación en profundidad realizados por diversos consultores a petición de la DG Competencia ⁽²⁾.
3. Este proceso ha llevado a la conclusión de que las normas establecidas en el Reglamento (CE) nº 1475/95, que eximen la combinación de distribución selectiva y exclusiva de la prohibición general y establecen un único modelo de distribución de vehículos automóviles, ya no se adaptan a los objetivos subyacentes en su adopción y de que es necesario adoptar un régimen distinto y más estricto. En el anexo 1 de la presente nota explicativa se brindan mayores detalles sobre este proceso de evaluación, sobre las desventajas del régimen existente y sobre las medidas que contiene el proyecto de Reglamento de exención por categorías para corregir estas desventajas.
4. Por consiguiente, es necesario proponer un nuevo Reglamento de exención por categorías (REC) que abarque el sector en su conjunto.
5. En la presente nota explicativa se describe, en primer lugar, el enfoque normativo elegido y el planteamiento general

por lo que se refiere al fondo de la propuesta (capítulo 2). A continuación, se abordan las medidas propuestas para los mercados de distribución de vehículos nuevos (capítulo 3.1) y servicios de venta y posventa (capítulo 3.2), antes de pasar a examinar las normas relativas a los talleres independientes (capítulo 4). La nota explicativa concluye con la descripción de las principales fases procedimentales hasta la adopción del nuevo REC.

2. ENFOQUE GENERAL DEL PROYECTO DE REC

2.1. Enfoque normativo del nuevo REC

6. El proyecto de REC es un Reglamento sectorial basado en la nueva política de la Comisión en materia de evaluación de las restricciones verticales, expuesta en el reciente REC general relativo a las restricciones verticales, en el Reglamento (CE) nº 2790/1999 de la Comisión y en la Comunicación de la Comisión sobre las Directrices verticales ⁽³⁾. Por lo tanto, se basa en un planteamiento más económico y en el principio de que corresponde a los agentes económicos (fabricantes, distribuidores) organizar la distribución según sus propias necesidades. Es más estricto que el Reglamento general de exención por categorías y que el Reglamento existente de distribución de vehículos automóviles [Reglamento (CE) nº 1475/95 de la Comisión] y ello con objeto de solucionar los problemas de competencia determinados en este sector. Por lo tanto:

— el proyecto de REC sectorial es menos normativo que el Reglamento (CE) nº 1475/95, con vistas a permitir el desarrollo de formas innovadoras de distribución. A diferencia del Reglamento (CE) nº 1475/95, que establecía una combinación de distribución exclusiva y selectiva, el proyecto de Reglamento no impone un solo modelo de distribución; este planteamiento evitará el efecto de «camisa de fuerza» observado en el caso del Reglamento (CE) nº 1475/95. Así, por ejemplo, el proyecto de REC brinda a los fabricantes la posibilidad de utilizar la distribución exclusiva o selectiva. Además, los distribuidores podrán optar entre prestar los servicios posventa por su cuenta o subcontratarlos,

⁽¹⁾ COM(2000) 743 final de 15 de noviembre de 2000.

⁽²⁾ «The sales-services link», de Autopolis, «Price differentials in the EU: an economic analysis», de Verboven y Degryse, «Study of the impact of legislative scenarios about motor vehicle distribution», de Andersen Consulting y «Customer preferences for existing and potential sales and servicing alternatives in automobile distribution», de Lademann. Estos estudios están disponibles en la página Internet de la DG Competencia: http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/

⁽³⁾ Reglamento (CE) nº 2790/1999 de la Comisión, de 12 de agosto de 1999, relativo las restricciones verticales (DO L 336 de 29.12.1999, p. 21) y Comunicación de la Comisión relativa a las Directrices sobre restricciones verticales (DO C 291 de 13.10.2000, p. 1).

- el proyecto de REC se centra en aquellas prácticas y comportamientos que restringen seriamente la competencia en el mercado común y que son perjudiciales para los consumidores. A tal fin, y conforme al nuevo planteamiento de la Comisión en lo relativo a los Reglamentos de exención por categorías ⁽⁴⁾, el proyecto de REC recoge en una lista las condiciones y restricciones especialmente graves ⁽⁵⁾ que no están permitidas; esta lista se ha elaborado para corregir las desventajas del Reglamento (CE) n° 1475/95 y para tener en cuenta determinadas cuestiones específicas, en especial en lo referente a los servicios posventa. Conforme a este nuevo planteamiento, están permitidas todas las prácticas que no se mencionan en la lista; por lo tanto, y a diferencia del Reglamento (CE) n° 1475/95, en el proyecto de REC ya no se mencionan las prácticas que están permitidas,
- el proyecto de REC tiene en cuenta la nueva política consistente en que este tipo de Reglamentos deben cubrir los acuerdos restrictivos hasta un cierto límite de cuota de mercado, y en que el planteamiento es más estricto cuando las cuotas de mercado sean más altas.

2.2. Líneas generales en lo referente al fondo del proyecto de REC

7. Los vehículos automóviles son bienes caros y técnicamente complejos con una vida útil superior, por término medio, a los diez años. Requieren un mantenimiento y reparaciones a intervalos regulares e irregulares y están sujetos a una normativa que se les aplica a lo largo de su vida útil y afecta a la seguridad y a la protección del medio ambiente. La mayoría de los consumidores se preocupa por preservar el valor de sus vehículos y se cerciora de que sean en todo momento un medio de transporte seguro y fiable.
8. Los datos disponibles ⁽⁶⁾ demuestran que el precio de compra y el coste de los servicios posventa de un coche representan, cada uno, en torno al 40 % del coste total de su tenencia en propiedad, y el 20 % restante corresponde a la financiación, el seguro y otros costes. Teniendo en cuenta estos factores, el proyecto de REC tiene que abordar los problemas de competencia relativos tanto a los servicios posventa como a la distribución de vehículos nuevos.
9. Por lo que se refiere a la **distribución de vehículos nuevos**, el proyecto de REC se construye en torno a los siguientes principios:

⁽⁴⁾ Reglamento (CE) n° 2790/99; 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).

⁽⁵⁾ Restricciones que nunca son admisibles, como el mantenimiento de los precios de reventa o la prohibición de las exportaciones.

⁽⁶⁾ Estudio de Andersen, p. 43, capítulo II.2.1.B.

- La evaluación del Reglamento actual arrojó en determinadas conclusiones negativas ⁽⁷⁾. La aplicación del Reglamento general de exención por categorías verticales [Reglamento (CE) n° 2790/1999] no solucionaría todos los problemas detectados en el informe de evaluación ⁽⁸⁾, razón por la cual el proyecto de REC introduce unos requisitos más rigurosos.
- El planteamiento consta básicamente de los elementos siguientes:
 - prohibición de la combinación de distribución exclusiva y selectiva permitida por el Reglamento (CE) n° 1475/95: los fabricantes tienen que elegir entre distribución selectiva o exclusiva al designar a sus distribuidores,
 - fortalecimiento de la competencia entre los distribuidores de distintos Estados miembros (competencia intramarca) e integración del mercado, permitiendo las ventas activas y prohibiendo el uso de la llamada «cláusula de situación» ⁽⁹⁾ para la venta de turismos en un sistema selectivo de distribución. En un sistema de distribución exclusiva se logra el mismo resultado al permitir las ventas pasivas, incluidas las ventas a revendedores; el Reglamento (CE) n° 1475/95 sólo permitía las ventas pasivas y, de forma muy limitada, las ventas activas no personalizadas,
 - reorganización del vínculo entre ventas y servicios posventa al permitir que los distribuidores subcontraten los servicios posventa y las reparaciones con un taller autorizado perteneciente a la red del fabricante en cuestión y que cumpla las normas de calidad de dicho fabricante; esto difiere del Reglamento (CE) n° 1475/95, que imponía un vínculo entre ambas actividades,
 - facilitar realmente la distribución multimarca al eliminar algunas de las restricciones existentes en el ámbito de la venta de vehículos de varias marcas por un mismo distribuidor.
- Como puede apreciarse en esta lista, el proyecto de REC creará un régimen más flexible que debería permitir el desarrollo de métodos innovadores de distribución y, con ello, aumentar la competencia.

⁽⁷⁾ Véase el apartado 1 del anexo 1 a esta nota.

⁽⁸⁾ Véase el apartado 4 del anexo 1 a esta nota.

⁽⁹⁾ La cláusula de situación permite al fabricante exigir que un distribuidor sólo actúe desde un determinado punto de establecimiento; además, le permite acordar con el distribuidor que no se autorizará a ningún otro distribuidor a abrir una sala de exposición en ese territorio. No obstante, sí es posible que otros distribuidores realicen ventas activas a los consumidores en ese territorio.

10. Por lo que se refiere a los **servicios de venta y posventa de vehículos automóviles**, el proyecto de REC se basa en gran parte en los principios del Reglamento (CE) n° 1475/95 ya existente de exención por categorías en el sector de los vehículos automóviles, puesto que la exención general por categorías de las restricciones verticales [Reglamento (CE) n° 2790/1999] no cubre suficientemente las cuestiones pertinentes del servicio de posventa de los vehículos automóviles⁽¹⁰⁾. También se ha de tener en cuenta, como ya se ha señalado, que el coste de los servicios posventa asciende por término medio al 40 % del coste total de la tenencia en propiedad de un coche. Por tanto, es importante garantizar que los clientes puedan elegir entre diversas alternativas de mantenimiento y que todos los operadores (distribuidores y talleres autorizados, talleres independientes, incluidos talleres de chapa y pintura, cadenas de mantenimiento rápido y centros de servicios) puedan ofrecer unos servicios de calidad y, de este modo, contribuir al funcionamiento seguro y fiable de los vehículos.

11. Por consiguiente, el proyecto de REC persigue los siguientes objetivos en el ámbito de los servicios de posventa:

- permitir que los fabricantes seleccionen unos talleres autorizados cualificados para la reparación y el mantenimiento de los vehículos,
- garantizar que todos los operadores que tengan la experiencia técnica necesaria y cumplan los criterios cualitativos establecidos por un fabricante puedan hacerse miembros de la red oficial de talleres de dicho fabricante. Este planteamiento aumentará la competencia en el mercado de los servicios de posventa entre los talleres oficiales al garantizar que los operadores con la experiencia técnica necesaria podrán establecerse dondequiera que se presente una oportunidad empresarial. Asimismo, cabe esperar que esta apertura del mercado de reparaciones mantenga o incluso aumente la densidad de las redes oficiales de talleres en beneficio del consumidor, en un momento en que muchos fabricantes están realizando o anunciando planes de reestructuración de sus redes que darán lugar a una reducción importante de la cobertura de los establecimientos autorizados. Los estudios muestran que a los consumidores no les gusta viajar lejos para reparar sus vehículos; se considera que el trayecto ideal hasta el taller dura unos quince minutos y en ningún caso debe superar los treinta minutos⁽¹¹⁾,
- facilitar el acceso de los talleres oficiales a las piezas de recambio que compiten con las piezas vendidas por el fabricante, reforzando los principios establecidos a este respecto en el Reglamento (CE) n° 1475/95,

— preservar y reforzar la competitividad de los talleres independientes; en la actualidad, estos talleres realizan por término medio el 50 %⁽¹²⁾ de todas las reparaciones de automóviles y la mayor parte de las reparaciones de vehículos de más de cuatro años. El proyecto de propuesta mejora su posición al consolidar y ampliar los principios del Reglamento (CE) n° 1475/95, reforzando a tal fin el derecho que ya les corresponde de poder acceder a las piezas de recambio y a la información técnica sobre los avances técnicos, especialmente en el ámbito de los dispositivos electrónicos y de los equipos de diagnóstico. El derecho de acceso se hace extensivo, además, a la formación y a todo tipo de herramientas. Un efecto secundario deseable e importante de este mayor acceso es el de impulsar la mejora de las cualificaciones técnicas de los talleres independientes en el interés de la seguridad vial.

Teniendo en cuenta todos estos elementos, puede concluirse que el proyecto de REC refuerza la competencia dentro de las redes oficiales y entre talleres oficiales e independientes.

3. CONTENIDO DEL PROYECTO DE REC

En las siguientes secciones se explican las normas relativas a la distribución de vehículos nuevos y a los servicios de posventa. En ambos casos, la presente nota explicativa expone primero las normas en las que se establece la manera en que un fabricante o su importador puede seleccionar a los miembros de su red y describe, en segundo lugar, el nuevo marco en el que operarán los distribuidores y talleres autorizados.

3.1. Distribución de vehículos automóviles nuevos

3.1.1. Selección de distribuidores

12. Con arreglo a la política general en materia de restricciones verticales, tal y como se plasmó en el Reglamento (CE) n° 2790/1999 y en las Directrices sobre el tratamiento de las restricciones verticales y se mantiene en el nuevo proyecto de exención por categorías en el sector de los vehículos de motor, la utilización de un sistema de distribución selectiva cuantitativa (incluye lo cualitativo)⁽¹³⁾ o bien de distribución exclusiva resulta apropiada para mercancías caras y complejas como los automóviles y también se puede emplear para otros productos. En ambos sistemas, el fabricante puede designar a unos distribuidores cualificados que actúen conforme a sus requisitos y limitar su número global. Por lo tanto, un fabricante que opere con arreglo a lo establecido en el proyecto de Reglamento podrá extender su sistema de distribución a toda Europa, al igual que ya le permitía el Reglamento (CE) n° 1475/95.

⁽¹²⁾ Estudio de Andersen, p. 254, apéndice 8; estudio ACEA Accenture, p. 11.

⁽¹³⁾ La distribución selectiva se acepta en el caso de productos menos sofisticados que los coches, como los artículos de lujo (perfume) y algunos equipos de alta fidelidad.

⁽¹⁰⁾ Véase el apartado 11 del anexo 1 a esta nota.

⁽¹¹⁾ Estudio de Lademann, p. 46, sección 4.3.2.1.

3.1.2. Normas para la selección de distribuidores en un sistema de distribución selectiva

13. El proyecto de REC cubre un sistema en el que los distribuidores son seleccionados por los fabricantes sobre la base de criterios cualitativos [véase la definición de la letra f) del artículo 1], por ejemplo el tamaño y la calidad de la sala de exposición, la calidad del personal de ventas, la obligación de ofrecer la gama completa de vehículos de la marca en cuestión o la obligación de tener vehículos de exposición. Además, el fabricante puede utilizar criterios cuantitativos [véase la letra e) del artículo 1] para la selección de sus distribuidores, como un número máximo de distribuidores o unas ventas mínimas obligatorias. Mediante tales obligaciones, que no necesariamente han de combinarse, los fabricantes de automóviles conservan el control sobre el tamaño, la densidad y la composición de su red de distribución y pueden limitar, directa o indirectamente, el número de distribuidores que deseen seleccionar como distribuidores autorizados. Por lo tanto, el fabricante sigue estando en condiciones de garantizar que su sistema de distribución cubra todas las regiones del mercado común.

3.1.3. Normas para la selección de distribuidores en un sistema de distribución exclusiva

14. El proyecto de REC también cubrirá un sistema alternativo por el que un fabricante puede asignar a cada distribuidor un territorio de ventas exclusivo (así como un grupo de clientes exclusivo). En este sistema (o en el correspondiente grupo de clientes) no se puede designar a ningún otro distribuidor dentro del territorio del primer distribuidor. A estos distribuidores se les pueden imponer, asimismo, determinadas normas cualitativas mínimas.

3.1.4. Elementos comunes a la distribución selectiva y exclusiva

15. Los fabricantes de automóviles no se verán obligados, en ninguno de estos dos sistemas, a designar a determinados operadores cualificados como sus distribuidores. El fabricante puede decidir, en particular, si desea o no que los supermercados o distribuidores que operan exclusivamente por Internet distribuyan sus turismos o vehículos industriales ligeros nuevos; conforme al nuevo REC, estos operadores nuevos no podrán obligar al fabricante a suministrarles vehículos nuevos o a designarlos como distribuidores. En el caso de los distribuidores que venden los vehículos exclusivamente sobre Internet, esta exclusión podría justificarse debido a que estos distribuidores disponen de una mayor independencia que los demás distribuidores, que tienen la obligación de invertir en una sala de exposición, en vehículos de exposición y en un personal de ventas cualificado que aconseje al consumidor. Cabría alegar que los consumidores pueden aprovechar toda esta infraestructura y después acabar dirigiéndose a un distribuidor por Internet para comprar su vehículo nuevo. La información disponible demuestra que si en estos momentos se permitiera a los supermercados incorporarse a los sistemas de distribución de los fabricantes esto podría tener un cierto impacto negativo en los fabricantes y distribuidores. Los estudios advierten que ello podría llevar a una concentración de operadores, reducir las gamas de

productos, disminuir la innovación de productos y, tras un breve período de descenso de los precios de los coches, desembocar en una competencia intramarca menos efectiva y, en definitiva, en unos precios más elevados⁽¹⁴⁾. Teniendo en cuenta estos riesgos y el hecho de que un estudio realizado por encargo de la DG Competencia⁽¹⁵⁾ demuestra que los consumidores no se ven demasiado atraídos por la idea de comprar un coche en un supermercado o a un distribuidor que opera exclusivamente por Internet, parece de momento inoportuno obligar a los fabricantes a permitir que estas empresas se conviertan en distribuidores oficiales, como sería el caso en un sistema de distribución puramente selectivo y cualitativo.

3.1.5. Normas que rigen la manera en que han de operar los distribuidores

Aspectos del mercado interior

16. Los informes semestrales de la Comisión sobre los precios de los coches demuestran que los diferenciales de precios siguen siendo muy altos en Europa. A pesar de que el Reglamento (CE) n° 1475/95 tratara de reforzar el derecho de los consumidores a comprar un vehículo nuevo en otro Estado miembro, en la práctica los fabricantes han conseguido limitar el comercio paralelo hasta un punto que les ha permitido eludir la nivelación de precios incluso entre Estados miembros con reducidas cargas impositivas. Un elemento clave del proyecto de REC es el de reforzar considerablemente el derecho de los consumidores del mercado único a sacar provecho de los diferenciales de precios entre los Estados miembros y a comprar un vehículo nuevo en cualquier lugar de Europa.

17. A pesar de que el euro va a aumentar la transparencia de los precios para los consumidores, seguirá siendo difícil que éstos compren un vehículo nuevo a un distribuidor situado en otro Estado miembro. Por esta razón, el proyecto de REC crea mejores oportunidades y una mayor libertad para que los operadores –por ejemplo los distribuidores e intermediarios– puedan suministrar automóviles nuevos a los consumidores de otros Estados miembros.

Aspectos del mercado interior en un sistema de distribución selectiva

18. En un sistema de distribución selectiva, los distribuidores pueden realizar ventas activas⁽¹⁶⁾ en todo el mercado común [véase la letra d) del artículo 4 del proyecto de REC]. En la práctica, esto significa que un distribuidor residente en los Países Bajos, donde los coches nuevos suelen ser mucho más baratos que en Alemania, podría hacer publicidad en los periódicos alemanes y enviar cartas o mensajes electrónicos personalizados a consumidores situados fuera de los Países Bajos. Esto va más allá del régimen vigente, bajo el cual sólo se permiten las ventas pasivas y la publicidad general fuera del territorio del distribuidor.

⁽¹⁴⁾ Estudio de Andersen, p. 230, capítulo IV.4.3.A; véase también la p. 234.

⁽¹⁵⁾ Estudio de Lademann, p. 41.

⁽¹⁶⁾ Para la definición, véanse las Directrices de la Comisión sobre las restricciones verticales, punto 50.

19. Uno de los límites a las ventas activas podría referirse a la llamada «cláusula de situación» ⁽¹⁷⁾ [véanse las letras f) y g) del artículo 5], en virtud de las cuales un fabricante podría obligar a un distribuidor a actuar desde un determinado punto de establecimiento (por ejemplo, Place de La Concorde 100, Estrasburgo). Conforme a la cláusula de situación, este distribuidor francés no podría abrir otros puntos de venta, almacenes o depósitos en otros mercados, por ejemplo en Lyon o Friburgo. Por otra parte, la cláusula de situación también brinda a este distribuidor la garantía de que ningún otro distribuidor que venda vehículos de la misma marca será designado por el fabricante para el área de Estrasburgo.
20. Sin embargo, la capacidad de imponer una cláusula de situación en un sistema selectivo de distribución tiene los siguientes efectos: por una parte, permite a los fabricantes y distribuidores controlar plenamente la estructura y densidad de su red, lo que podría resultar oportuno para los fabricantes; por otra parte, tiene efectos negativos por lo que se refiere a la integración del mercado, puesto que permite al fabricante reintroducir territorios de venta locales y compartimentar el mercado común al impedir que un distribuidor seleccionado abra otros establecimientos de venta, puntos de entrega o almacenes en otro lugar (por ejemplo, un distribuidor neerlandés de VW no podría abrir una sala de exposición o un punto de entrega en Dover). Si los diferenciales de precios entre ciertos mercados son altos, es muy probable que los distribuidores de un país de precios bajos (por ejemplo, los Países Bajos) aprovechen las oportunidades comerciales que brindan los precios elevados de otro Estado miembro (por ejemplo, el Reino Unido) y abran puntos de venta o entrega en ese país. En tal situación, la mayoría de los consumidores finales tendría una oportunidad real de beneficiarse de los diferenciales de precios en el mercado común. Si, en cambio, el distribuidor sólo puede dirigirse a los consumidores de otros países por cartas personalizadas, visitas o anuncios, serán sólo unos pocos consumidores los que puedan comprar un coche nuevo a un distribuidor extranjero ⁽¹⁸⁾.
21. Habida cuenta de estas consideraciones, parece conveniente prohibir el uso de las cláusulas de situación en el ámbito de la distribución de turismos [véase la letra f) del artículo 5 del proyecto de REC] ⁽¹⁹⁾.
22. Hay varios argumentos que justifican la apertura de las redes de distribución:
- se incentivará la integración del mercado,
 - Los distribuidores de los países «baratos» podrían abrir puntos de venta o entrega en países de precios elevados y vender más barato que los distribuidores autorizados ⁽²⁰⁾. Por consiguiente, los consumidores tendrían una oportunidad real de comprar a un distribuidor extranjero o, lo que es más probable, el fabricante tendría que nivelar los precios en toda Europa,
 - por último, la ausencia de una cláusula de situación también es importante para el desarrollo del mercado multimarca: por ejemplo, un distribuidor de la marca A ya no podría oponerse a que el fabricante A concluyera un acuerdo de representación con un distribuidor que venda la marca B en el mismo territorio, que entonces se convertiría en un distribuidor multimarca.
23. Esta apertura de los mercados no aumenta el número de operadores con los que han de tratar los fabricantes, puesto que el número de distribuidores sigue siendo lo mismo.
24. El proyecto de REC establece que una cláusula de situación permitida ⁽²¹⁾ sólo está cubierta durante un período de cinco años, después del cual hay que renegociarla [véase la letra g) del artículo 5]. Esta obligación de renegociar la cláusula de situación da a ambas partes la oportunidad de adaptarse a los avances del mercado, tales como el deseo del fabricante de permitir que un distribuidor multimarca se establezca en el territorio de un distribuidor de una sola marca o el deseo del distribuidor de abrir otros establecimientos de venta.
25. Con objeto de evitar que una cláusula de situación se utilice para limitar las oportunidades de un distribuidor de extender sus actividades, el proyecto de REC deja constancia de que tales limitaciones no están permitidas [véase el final de la letra d) del artículo 4]. Si, por ejemplo, el almacén o las oficinas no son suficientemente amplios para realizar ventas activas a través de Internet (lo cual puede requerir ciertas instalaciones administrativas y de almacenamiento adicionales), el fabricante tiene que permitir al distribuidor que utilice esa infraestructura en otra parte.

⁽¹⁷⁾ La letra c) del artículo 4 del Reglamento (CE) n° 2790/1999 establece una exención de las cláusulas de situación en sistemas selectivos de distribución.

⁽¹⁸⁾ Véase, por ejemplo, el estudio de Lademann, p. 63: los consumidores prefieren comprar un coche a un distribuidor que ofrece asesoramiento personal, una prueba del vehículo e incluso el servicio posventa.

⁽¹⁹⁾ En el caso de los camiones medianos y grandes, los autobuses y autocares, que son adquiridos por compradores profesionales que están en mejores condiciones de comprar un vehículo nuevo en el extranjero que los consumidores privados, no parece haber ninguna necesidad de prohibir el uso de las cláusulas de situación.

⁽²⁰⁾ Un distribuidor francés de Opel sito en Place de la Concorde 100, Estrasburgo, podría abrir puntos de venta o entrega adicionales en cualquier otro lugar de Francia. Asimismo, podría abrir puntos de venta o entrega en Alemania y vender, por ejemplo, el Corsa en Alemania a precios franceses, que son un 20,1 % más bajos que los precios minoristas alemanes.

⁽²¹⁾ Es decir, para camiones medianos y grandes, autobuses y autocares, en cuyo caso las cláusulas de situación siempre están permitidas.

Aspectos del mercado interior en un sistema de distribución exclusiva

26. En un sistema de distribución exclusiva, el mecanismo para garantizar que los consumidores puedan comprar un vehículo nuevo en cualquier punto del mercado común es diferente. En primer lugar, el distribuidor tiene el derecho a realizar ventas pasivas a todos los consumidores que acudan a su sala de exposición. Aunque los fabricantes pueden prohibir a los distribuidores autorizados que realicen una promoción activa fuera de su territorio exclusivo, por ejemplo, en un periódico vendido principalmente en otra ciudad o a través de mensajes electrónicos personalizados a consumidores fuera del territorio asignado, no pueden prohibirles que tengan sus propios sitios Internet ⁽²²⁾. Además, a los distribuidores exclusivos no se les puede impedir que vendan a revendedores independientes («distribuidores grises») que no sean miembros de la red de distribución del fabricante en cuestión. Estos revendedores independientes, que pueden ser supermercados o distribuidores que operan exclusivamente por Internet, probablemente sacarían provecho de los diferenciales de precios y desempeñarían un papel importante en el ámbito del comercio paralelo.

Aspectos del mercado interior en un sistema de distribución tanto exclusiva como selectiva

27. Con objeto de brindar a los distribuidores los medios para suministrar coches a todos los consumidores que se dirijan a ellos, ya no se permitirá el establecimiento de objetivos de ventas, la asignación de productos o los sistemas de primas basados en un territorio (por ejemplo, una ciudad o un distrito, como en la actualidad) que sea más pequeño que el mercado común, contrariamente a lo que ocurría en el Reglamento (CE) n° 1475/95 [véase el considerando 17 y la letra d) artículo 4]. En el pasado, los fabricantes han utilizado los objetivos de ventas basados en mercados locales o nacionales para conservar el control sobre las ventas de exportación, reduciendo el suministro de coches nuevos a los distribuidores que pretendían vender indistintamente a consumidores de su propio territorio y a consumidores extranjeros. También se utilizaban sistemas de primas para hacer menos atractivas las ventas a consumidores extranjeros. Por ello, el proyecto de REC sitúa a los distribuidores en una posición que les permita atender los pedidos de todos los consumidores de la Unión Europea; un fabricante ya no podrá limitar las ventas activas ⁽²³⁾ o pasivas ⁽²⁴⁾. Con arreglo al proyecto de REC, un distribuidor establecido, por ejemplo, en Ostende, donde los coches son mucho más baratos que en el Reino Unido y adonde acuden muchos consumidores británicos para comprar coches nuevos, debe recibir todos los coches que necesite para satisfacer los pedidos tanto de los clientes belgas como de los demás Estados miembros sin por ello ser penalizado económicamente.
28. Para permitir que los consumidores puedan sacar provecho de los diferenciales de precios en el mercado común, la

Comisión siempre ha dejado claro ⁽²⁵⁾ cuál es el papel de los agentes o intermediarios de compra (tales como Virgin Cars), que son profesionales que ayudan a los consumidores que desean comprar un automóvil nuevo en otro Estado miembro. El proyecto de REC subraya la importancia del papel de los intermediarios en el mercado común y les confiere un mayor margen de libertad para que puedan organizar su actividad de forma más eficiente. A tal fin, se propone suprimir las dos Comunicaciones de la Comisión ⁽²⁶⁾ que limitan la actividad de los intermediarios ⁽²⁷⁾. Estas restricciones han supuesto otro obstáculo indirecto para el comercio paralelo y permiten a los fabricantes aplicar políticas de fijación de precios nacionales con elevados diferenciales de precio entre Estados miembros. El proyecto de REC aclara que el único requisito que se permite imponer a un intermediario es el de contar con una autorización válida del consumidor final. De ello se deduce que los intermediarios pueden hacer un amplio uso de Internet para hacer publicidad y realizar sus transacciones.

29. Con objeto de brindar a todos los consumidores una oportunidad real de sacar partido del mercado interior, el proyecto de REC contiene lo que comúnmente se denomina una cláusula de disponibilidad [véase la letra b) del artículo 5]. Esta cláusula obliga a los fabricantes a suministrar a sus distribuidores un vehículo de un modelo comercializado en otros países y que corresponde a un modelo habitualmente vendido por el distribuidor. La principal función desempeñada hasta ahora por esta cláusula ha sido la de permitir que los consumidores británicos e irlandeses pudiesen comprar un vehículo nuevo con volante a la derecha en el continente, donde los distribuidores sólo suelen vender coches con volante a la izquierda. La cláusula de disponibilidad del proyecto de REC se simplifica respecto del Reglamento (CE) n° 1475/95 y su alcance se extiende a todos los vehículos automóviles: los distribuidores podrán pedir cualquier vehículo correspondiente a los distribuidores por el fabricante en el mercado común, y no sólo los que sean necesarios para cumplir un contrato de venta preexistente.
30. El proyecto de REC garantiza que todos los distribuidores podrán realizar ventas por medio de Internet, bien desde su propia página Internet o utilizando la página de referencia de un operador (por ejemplo, Autobytel) que explore un sitio de Internet desde el que se remiten las solicitudes de los consumidores a los distribuidores (véase el considerando 15).

⁽²⁵⁾ Directrices sobre las restricciones verticales, punto 53; Comunicación de la Comisión: aclaración de las actividades de los intermediarios de vehículos automóviles (DO C 329 de 18.12.1991, p. 20).

⁽²⁶⁾ Comunicación de la Comisión relativa al 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 posventa de vehículos automóviles (DO C 17 de 18.1.1985, p. 4), y Comunicación de la Comisión: aclaración de las actividades de los intermediarios de vehículos automóviles (DO C 329 de 18.12.1991, p. 20).

⁽²⁷⁾ Sobre la base de estas Comunicaciones, a los intermediarios se les pueden imponer restricciones relativas, por ejemplo, a la localización de su establecimiento. Otro elemento que obstaculiza sus actividades es que un distribuidor de vehículos no puede vender más del 10 % de los vehículos nuevos a través de un mismo intermediario.

⁽²²⁾ Directrices verticales, punto 50, segundo guión.

⁽²³⁾ En el contexto de la distribución selectiva.

⁽²⁴⁾ En el contexto de la distribución exclusiva.

Distribución multimarca

31. El nuevo REC facilita la distribución multimarca, que, según demuestran los estudios realizados, resulta cada vez más atractiva para los consumidores ⁽²⁸⁾. Se permitirá que los distribuidores vendan automóviles nuevos de diversos fabricantes en distintas áreas de la misma sala de exposición de un modo que no resulte perjudicial para la imagen de marca [véase el considerando 26 y la letra a) del artículo 5]. En la práctica, con arreglo al nuevo REC, un distribuidor Audi podrá vender vehículos Jaguar en áreas específicas reservadas a esta marca en la misma sala de exposición. Otras condiciones que pueden imponerse a la venta multimarca conforme al Reglamento (CE) n° 1475/95, como la obligación de tener entidades jurídicas separadas, personal directivo y de venta separado y locales separados, que encarecen esta actividad desde la óptica de los distribuidores y que eran un obstáculo para su desarrollo a gran escala ⁽²⁹⁾, ya no estarán cubiertas por el proyecto de REC.
32. Los establecimientos multimarca tienen la ventaja de permitir que los consumidores comparen modelos de diferentes fabricantes y de aumentar la competencia entre marcas. Por lo tanto, parece conveniente que el personal de ventas reciba una formación respecto de todos los modelos que venda; dicho personal estaría mejor preparado que el personal de ventas específico de una marca para informar a los consumidores de las ventajas y desventajas de los diversos modelos disponibles. La decisión de emplear personal cualificado para la venta de varias marcas –como es norma común, por ejemplo, en el caso de la venta de vídeos, equipos de alta fidelidad u ordenadores– o personal especializado en una marca concreta debería dejarse en manos del distribuidor. El argumento de que el personal de ventas que no se dedica a una sola marca tendrá un incentivo para no ser objetivo y venderá los coches con mayor margen de beneficio no parece convincente: nada impide a los fabricantes que conceden márgenes más bajos aumentarlos para, así, eliminar este problema. Además, si el vendedor está especializado en una marca determinada, tratará de vender un modelo de la marca que represente, a pesar de que un vehículo de otra marca se adapte mejor a las necesidades de un consumidor concreto. El proyecto de REC se basa en un planteamiento que evita costes innecesarios y que permite al distribuidor decidir cómo organiza su personal de ventas.

Suministro a empresas de arrendamiento financiero

33. El proyecto de REC establece, en la definición de la letra u) del artículo 1 y en los considerandos 14) y 15), que los distribuidores también podrán vender vehículos nuevos a empresas de arrendamiento financiero. Para impedir que las empresas de leasing (que no son miembros de la red de distribución de un fabricante) empiecen a revender vehí-

culos nuevos, el suministro a estas empresas sólo está permitido si en el contrato de arrendamiento financiero no se establece la posibilidad de transferir la propiedad o la opción de comprar un vehículo antes de la expiración del contrato de arrendamiento financiero. Este texto es idéntico al del Reglamento (CE) n° 1475/95. Como se aclaraba en la Decisión de la Comisión de 10 de octubre de 2001, por la que se imponía una multa a Daimler-Chrysler, esta disposición no sólo cubre las ventas a empresas de arrendamiento financiero que ya cuentan con arrendatarios para los coches, sino también los pedidos de vehículos para los que las empresas de arrendamiento financiero buscarán un arrendatario durante el período de entrega, o los vehículos destinados a permanecer en el almacén y ser entregados después con un preaviso muy breve a los arrendatarios (por ejemplo, para reemplazar un coche accidentado). Estas cláusulas están destinadas a garantizar que las empresas de leasing independientes ⁽³⁰⁾ puedan competir eficazmente con las empresas de arrendamiento financiero de los propios fabricantes. Por otra parte, el considerando 29) aclara que los distribuidores también pueden distribuir vehículos nuevos a usuarios finales sobre la base de un arrendamiento financiero en lugar de un contrato de venta.

Vínculo entre ventas y servicios

34. Con objeto de permitir que los distribuidores puedan especializarse en la venta de automóviles nuevos y teniendo en cuenta la importancia de los servicios posventa para los consumidores, en el proyecto de REC se procede a una reorganización del vínculo entre la venta y los servicios de posventa. Así, los distribuidores podrán optar entre realizar los servicios posventa por su cuenta (como hacen en la actualidad los distribuidores autorizados) o subcontratarlos con un taller autorizado que cumpla los criterios cualitativos impuestos por el fabricante a las reparaciones y que también son aplicables a los distribuidores actuales [véase la letra g) del apartado 1 del artículo 4]. Si un distribuidor subcontrata los servicios posventa, tiene que comunicar al cliente la dirección del taller subcontratado antes de concluir un contrato de venta de un vehículo nuevo. También es importante que los potenciales distribuidores multimarca tengan la oportunidad de especializarse en la venta de vehículos nuevos: éstos pueden transformar su taller de reparaciones en sala de exposición y subcontratar los servicios posventa con talleres oficiales de las marcas en cuestión. La reorganización del vínculo entre ventas y servicios contribuye, por tanto, al desarrollo de un nuevo tipo de distribuidor como el que están demandando los consumidores.
35. Conforme al nuevo REC, un distribuidor podrá optar entre ofrecer los servicios posventa por su cuenta o subcontratarlos con uno o varios talleres oficiales que sean fácilmente accesibles para sus clientes [véase la letra g) del apartado 1 del artículo 4]. Este planteamiento garantizará que los clientes de un distribuidor puedan dirigirse como mínimo a un taller oficial. Con arreglo al nuevo REC, la infraestructura necesaria, compuesta por los talleres oficiales –que cumplirán las normas de calidad del fabricante para satisfacer las garantías y realizar las campañas de llamada a revisión y subsanar los defectos gratuitamente–, seguirá existiendo en toda Europa, al igual que en la ac-

⁽²⁸⁾ El estudio de Lademann llegó a la conclusión de que, dependiendo del Estado miembro, entre el 8 % y el 15 % de los consumidores compraría su coche a un distribuidor multimarca; el «Zukunftstudie Automobilverkauf 2003» relativo a las ventas en 2003 indica que el 38 % de los consumidores preferiría comprar un coche nuevo a un distribuidor multimarca. Una encuesta realizada por Taylor, Nelson, Sofres para la industria automovilística da una cifra del 25 %.

⁽²⁹⁾ La distribución multimarca sólo se ha desarrollado en los países nórdicos. Debido a su escasa densidad de población, un distribuidor tiene que vender varias marcas para ser rentable.

⁽³⁰⁾ No vinculadas a un fabricante de automóviles, como Avis Lease o Lease Plan.

tualidad. La única diferencia entre el nuevo régimen y el sistema actual es que algunos talleres oficiales en el futuro ya no venderán vehículos nuevos. Ahora bien, esto ya ocurre en la actualidad: por ejemplo, Audi, VW y Ford tienen una red de talleres oficiales (como los centros de servicio de Audi en Alemania y Bélgica o los puntos de servicio de Ford) que también realizan este tipo de reparaciones. En este contexto no se ha señalado problema alguno a los servicios de la Comisión.

3.1.6. Límites dentro de los cuales el REC cubre los sistemas de distribución de vehículos nuevos

36. El proyecto de REC cubrirá la distribución cuantitativa selectiva o exclusiva en todos los mercados de venta y servicios de referencia hasta el límite normal de cuota de mercado del 30 % (véase el apartado 1 del artículo 3). Debido a los diferenciales de precios existentes entre los Estados miembros, es muy probable que los mercados minoristas de turismos y vehículos industriales ligeros aún sean nacionales. Sin embargo, dado que las normas relativas a la distribución cuantitativa selectiva de vehículos nuevos son más estrictas que las establecidas en el Reglamento (CE) n° 2790/1999, parece oportuno cubrir tales sistemas hasta un límite máximo de cuota de mercado del 40 % (véase el apartado 2 del artículo 3). Estos límites de cuota de mercado, que se sitúan por debajo de lo que sería una cuota de mercado dominante, garantizan que prácticamente todos los fabricantes y redes de distribución de la CE que utilizan la distribución cuantitativa selectiva estarán cubiertos por el proyecto de REC, hecho que resulta deseable por razones de seguridad jurídica. Por encima de estos límites, el proyecto de REC sólo cubrirá la distribución cualitativa selectiva (véase el apartado 3 del artículo 3), lo cual es un indicio general de que por encima del límite de cuota mercado del 40 % el régimen debería ser más estricto ⁽³¹⁾.

3.2. Servicios de posventa

3.2.1. Planteamiento general

37. Según se ha explicado en el punto 10, el proyecto de REC se basa en gran medida en los principios del Reglamento (CE) n° 1475/95 e intenta imprimirles una mayor eficacia y adaptarlos a los avances técnicos, entre otros en el ámbito de los dispositivos electrónicos.

3.2.2. Normas para la selección de talleres oficiales

Distribución cualitativa selectiva

38. Para garantizar que los talleres oficiales (o «autorizados») cumplan las normas cualitativas establecidas por el fabricante en cuestión, el proyecto de REC cubre la selección cualitativa de talleres oficiales sin límite alguno de cuota de

mercado (véase el apartado 3 del artículo 3). Este planteamiento tiene en cuenta la naturaleza técnica de los servicios posventa y de la cuota de mercado muy elevada de los talleres oficiales en el mercado de reparación y mantenimiento de vehículos durante el período de garantía y en el segmento de vehículos de hasta cuatro años, situada en torno al 80 % ⁽³²⁾. Tras este período, los consumidores vuelven con más frecuencia a los talleres independientes, pero, como ya se ha señalado, la cuota de los talleres oficiales aún es del 50 %, aproximadamente, en el mercado de reparación de vehículos en su conjunto. Teniendo en cuenta estas altas cuotas de mercado, resulta oportuno cubrir sólo la distribución cualitativa selectiva —que es el sistema menos restrictivo—, por encima del límite máximo normal de cuota de mercado del 30 % (véase el apartado 2 del artículo 3 del Reglamento (CE) n° 2790/1999), que se ha mantenido en el apartado 2 del artículo 3 del proyecto de REC. Esta diferenciación coincide con la política general en materia de restricciones verticales de cubrir los acuerdos restrictivos hasta un límite máximo de cuota de mercado y de aplicar un régimen más estricto por encima de esos límites.

39. La exención de la selección cualitativa tiene la ventaja de evitar el cierre de este mercado a los nuevos operadores cualificados. Sin embargo, teniendo en cuenta la inversión que debe realizar un taller autorizado, no cabe esperar que, aparte de los distribuidores existentes cuyo contrato se haya rescindido, sean muchos los talleres independientes que puedan optar a convertirse en talleres oficiales. Por otra parte, esto resulta favorable para los distribuidores existentes cuyo contrato se haya rescindido en el contexto de la drástica reducción en curso del número de representaciones ⁽³³⁾. Estos distribuidores pueden continuar como «talleres oficiales» de su marca siempre que cumplan los criterios cualitativos establecidos por el fabricante. Mediante este planteamiento, el proyecto de REC consolida en buena medida la posición de los talleres autorizados de cara a los fabricantes. Al mismo tiempo, aumenta el nivel general de los conocimientos técnicos en el mercado y se mantiene una densa red de talleres oficiales en toda Europa. Una densa red de talleres oficiales con los necesarios conocimientos técnicos proporcionados por el fabricante contribuirá a una alta calidad de los servicios prestados y a una mayor seguridad vial. También cabe anticipar que, a este respecto, el proyecto de REC tendrá efectos positivos en el empleo y en las pequeñas y medianas empresas.

40. Asimismo, debe señalarse que el proyecto de REC no cubre las cláusulas de localización impuestas a los talleres autorizados [véase la letra h) del artículo 5]. Esto permite que actúen en cualquier lugar que les sea rentable. Al igual que en el Reglamento (CE) n° 1475/95, se tiene que permitir a un taller oficial que repare vehículos de todos los fabricantes, ya que el proyecto de REC no cubre las cláusulas de no competencia [letra d) artículo 5]. Por tanto, conforme al proyecto de REC, será posible crear talleres multimarca.

⁽³¹⁾ Sin embargo, como no hay ninguna presunción de ilegalidad del sistema de distribución por encima del límite de un REC (véase el punto 62 de las Directrices verticales), se tendría que realizar una evaluación individual de tales sistemas basada en las Directrices relativas a las restricciones verticales, como en cualquier otro Reglamento, y se podría concluir que un tipo de selección cuantitativa menos restrictivo sería compatible con los requisitos establecidos en el apartado 3 del artículo 81.

⁽³²⁾ Véase, entre otros, el estudio de Andersen, apéndice 7, p. 252.

⁽³³⁾ General Motors anunció recientemente su intención de reducir su red de distribuidores en Alemania en un 50 %; Volkswagen ya ha reducido drásticamente el número de sus distribuidores autorizados y la tendencia general es que durante los próximos cinco años el número de distribuidores disminuirá en un 15 %-20 %, según el estudio de Accenture (p. 117), encargado por la industria automovilística (ACEA) en el año 2001.

Distribución cuantitativa selectiva o distribución exclusiva

41. Basado en el planteamiento nuevo y más flexible de los Reglamentos de exención por categorías, el proyecto de REC también cubre la utilización de sistemas más restrictivos para la selección de talleres oficiales, principalmente la distribución cuantitativa selectiva o la distribución exclusiva, hasta el límite máximo normal de cuota de mercado del 30 % (véase el apartado 1 del artículo 3). Sin embargo, en la práctica, el proyecto de REC sólo cubrirá estos sistemas cuando se trate de determinados tipos de servicios posventa en los que exista una competencia intensa por parte de talleres independientes y en los que la cuota de mercado de los talleres autorizados sea baja, como por ejemplo el cambio de neumáticos o ciertas reparaciones realizadas en cadenas rápidas. Por lo que se refiere al negocio tradicional de servicios posventa de un taller oficial, que ofrece la gama (casi) completa de servicios posventa, la cuota de mercado sí será superior al 30 %. Por lo tanto, es probable que los fabricantes de automóviles, en cuyo interés está el disponer de un sistema de talleres que ofrezca todo tipo de servicios de reparación («principio de taller único») por razones de conveniencia del consumidor y para tener en cuenta las preferencias de éste, utilizarán la selección cualitativa para elegir sus talleres autorizados.

3.2.3. Normas para el funcionamiento de los talleres oficiales

42. Al igual que el Reglamento (CE) n° 1475/95, el proyecto de REC establece que los consumidores que hayan comprado un vehículo en otro Estado miembro pueden dirigirse a cualquier taller oficial por lo que se refiere a las prestaciones derivadas de la garantía, a los servicios gratuitos y a la realización de trabajo en el marco de una llamada a revisión ⁽³⁴⁾ (véase el considerando 18). En línea con el Reglamento (CE) n° 1475/95, el proyecto también aclara (véase el considerando 18) que, conforme al nuevo REC, un fabricante tiene que exigir a todos sus talleres autorizados que realicen las reparaciones y el mantenimiento habituales. Los considerandos dejan claro que la ausencia de tal obligación equivaldría a una restricción indirecta de las ventas activas o pasivas en el sentido de las letras b) y d) del apartado 1 del artículo 4 del proyecto de REC ⁽³⁵⁾.

43. Por otra parte, los talleres oficiales también suelen distribuir recambios que les suministra el fabricante y los utilizan ampliamente para las reparaciones y el mantenimiento. Teniendo en cuenta que alrededor del 80 % de todos los componentes utilizados para el montaje de un vehículo los producen los fabricantes de componentes y piezas de recambio (por ejemplo, Bosch, Magneti Marelli,

Valeo) y que éstos también suelen encontrarse a precios más bajos en establecimientos independientes de piezas de recambio, el proyecto de REC (al igual que el Reglamento (CE) n° 1475/95) debe crear unas condiciones mejores para permitir que los talleres oficiales compren estos recambios, en la medida de lo posible, directamente al fabricante de los recambios o a proveedores independientes de estos recambios [véanse las letras j) y k) del apartado 1 del artículo 4], que producen y ofrecen piezas de recambio de idéntica calidad pero a precios generalmente más bajos. Conforme al proyecto de REC, los consumidores tendrían la posibilidad real de elegir entre recambios que el taller ha recibido del fabricante del vehículo y recambios de la misma calidad ofrecidos por otros proveedores.

44. Con objeto de fomentar la competencia en la venta de piezas de recambio por los talleres autorizados, el proyecto de REC define el término «recambio de origen» [véase la letra q) del artículo 1]. Según esta definición, los recambios originales son los producidos por la misma empresa que también produce los componentes de un vehículo nuevo y que, además, se fabrican en la misma línea de producción. Esta nueva definición es necesaria para evitar la confusión que existe actualmente entre los consumidores. Éstos creen que los recambios originales son sólo los suministrados por el fabricante de los vehículos –casi siempre a precios más altos–, y que son de mejor calidad que los que proceden directamente del fabricante de los recambios. Sin embargo, en realidad en muchos casos ambas «categorías» de piezas de recambio las produce el mismo fabricante de recambios en la misma línea de producción (por ejemplo, los limpiaparabrisas fabricados por Bosch y utilizados por VW para la producción del Golf). Incumbe al fabricante de recambios demostrar que las piezas de recambio originales son de la misma calidad que las utilizadas en el montaje de un vehículo nuevo.

45. Al igual que en el Reglamento (CE) n° 1475/95, los talleres oficiales también deben tener acceso a recambios de la misma calidad que las piezas originales utilizadas en el montaje de un vehículo nuevo, pero fabricadas en otra línea de producción del fabricante de los componentes utilizados en el montaje de un coche o fabricadas por otro productor (por ejemplo, un limpiaparabrisas producido por Valeo para el Golf de VW).

46. Por lo que se refiere a las reparaciones en garantía, las llamadas a revisión y los acuerdos de mantenimiento gratuito (que el fabricante del vehículo ofrece al cliente sin coste alguno), el fabricante del vehículo puede exigir que sus talleres autorizados sólo utilicen recambios suministrados por el propio fabricante [letra j) del apartado 1 del artículo 4]. Esta excepción se justifica por razones económicas y por el hecho de que el fabricante del vehículo tiene que reembolsar al taller autorizado los recambios que, en su caso, se utilicen o bien reemplazarlos gratuitamente. Este planteamiento flexible se perdería si se permitiera que el taller autorizado utilizara recambios suministrados por otras fuentes.

⁽³⁴⁾ Las llamadas a revisión las realiza un fabricante de vehículos cuando se detecta un problema técnico en un modelo de vehículo. En ese caso, el fabricante invita a los clientes a que se dirijan a un distribuidor o taller de su red para la realización gratuita de la reparación. En ocasiones, las llamadas a revisión también se realizan a través de los medios de comunicación.

⁽³⁵⁾ Es innecesario citar estos derechos en el proyecto de REC. Por lo demás, ello crearía la falsa impresión de que en el caso de otros productos cuya distribución se rige por el Reglamento (CE) n° 2790/1999, en el que no se hace referencia explícita a estos derechos, no existen tales derechos.

3.3. Normas relativas a la rescisión del contrato de distribuidor y a la solución de litigios

47. Para impedir que un fabricante rescinda un contrato porque un distribuidor o un taller ejerce actividades procompetitivas que no pueden restringirse conforme al proyecto de propuesta, todo preaviso de rescisión deberá indicar claramente las razones de ésta (apartado 5 del artículo 3). Además, el proyecto de REC establece (apartado 6 del artículo 3), al igual que el Reglamento (CE) n° 1475/95, que en el caso de los contratos se ha de dar un preaviso de un año si se reorganiza una red o si se paga una indemnización al distribuidor, y un preaviso de dos años en los demás casos. En el marco de la consulta a los Estados miembros y terceros interesados, la Comisión también analizará si un distribuidor que cumpla los criterios cualitativos impuestos por un proveedor debe tener el derecho de comprar el contrato de distribución de otro distribuidor dentro de la red del proveedor.

48. En caso de rescisión de un contrato, pero también cuando surjan conflictos relativos al cumplimiento de las obligaciones contractuales, las partes tienen que convenir en su acuerdo de distribución que tales conflictos puedan remitirse a un experto independiente o mediador (apartado 6 del artículo 3). Esta disposición se basa en la disposición correspondiente del Reglamento (CE) n° 1475/95, que sólo se aplicaba a unos cuantos tipos de litigio, por ejemplo los relacionados con objetivos de ventas. Puesto que esta disposición ha demostrado su utilidad, el proyecto de REC amplía su alcance a todos los litigios en materia de obligaciones contractuales.

4. TALLERES INDEPENDIENTES

49. Los talleres independientes (tales como garajes independientes, cadenas de reparación rápida, centros de servicios del tipo Midas, talleres de chapa y pintura) representan por término medio un 50 %, aproximadamente, de todas las reparaciones en la Unión Europea. Para poder competir con los talleres autorizados «oficiales», necesitan tener acceso a la información técnica sobre reparaciones, a formación, a equipos de diagnóstico y a herramientas (apartado 2 del artículo 4). Sin ese acceso no podrían realizar, por ejemplo, la revisión habitual cada 10 000 km de un Smart, puesto que se necesita un programa informático determinado que Mercedes facilita en línea o en CD-ROM. A tal fin, el proyecto de REC consolida la obligación existente de los fabricantes de automóviles de poner a disposición de los talleres independientes toda la información técnica que también está a disposición de los talleres oficiales. Este acceso debería darse sin demora, de forma no discriminatoria (entre distribuidores autorizados y talleres independientes), velando por que los talleres puedan costearlo y respetando el principio de proporcionalidad. En el pasado, conforme al Reglamento (CE) n° 1475/95, que ya establecía en cierta medida un derecho de acceso, a menudo se imposibilitaba el ejercicio de este derecho porque los fabricantes sólo estaban dispuestos a vender paquetes completos de información sobre las reparaciones a un precio muy alto que los talleres independientes multimarca no podían permitirse. Sin embargo, si los talleres oficiales tienen que pagar por la información o la formación, el principio de no discriminación significa que los talleres independientes también tendrán que pagar el coste correspondiente.

50. El derecho de acceso establecido en el proyecto de REC –que ahora también cubre inequívocamente los programas informáticos y códigos de acceso pertinentes, las herramientas, incluidos los dispositivos de diagnóstico, el equipo y la formación– es necesario para colocar a los talleres independientes en una posición que les permita reparar automóviles modernos (cuando éstos vayan envejeciendo, sus dueños se dirigirán cada vez más a los talleres independientes), ofrecer servicios de buena calidad y contribuir a un funcionamiento seguro y fiable de todos los vehículos. Sin este acceso, las cualificaciones técnicas de estos mecánicos, que realizan en torno al 50 % de todos los servicios posventa, tenderían a disminuir, especialmente por lo que se refiere a los coches modernos, que están equipados con más dispositivos electrónicos. Es significativo que las encuestas muestren que los talleres independientes ofrecen servicios posventa de la misma calidad que los realizados por distribuidores autorizados y que la satisfacción de los consumidores respecto de los servicios prestados por ambos grupos se sitúe en niveles similares⁽³⁶⁾. Sólo hay dos límites a este acceso: no puede pedirse acceso a información técnica que permita sortear o desactivar los dispositivos antirrobo instalados en el vehículo (véase el considerando 25); por otra parte, tampoco deben facilitarse los programas informáticos que permitan recalibrar los ordenadores de un vehículo (por ejemplo, para cambiar el programa del motor con el fin de hacerlo más potente).

51. El grupo de operadores que pueden solicitar acceso también se amplía (véase el considerando 25 y el apartado 2 del artículo 4): además de a los talleres independientes, también deberá darse acceso a la información mencionada a los fabricantes de equipos y herramientas de reparación, a los editores de información técnica, a las asociaciones de automovilistas, a las empresas de asistencia en carretera y a los operadores que ofrecen servicios de inspección y prueba o formación para los talleres.

52. Los talleres independientes necesitan tener acceso a las piezas de recambio. Por ejemplo, un taller de chapa y pintura ha de poder comprar las chapas de carrocería o los faros a un distribuidor de vehículos o a un taller oficial, puesto que los distribuidores independientes de recambios no suelen tener estas piezas. El proyecto de REC hace mención explícita de que los talleres oficiales tienen el derecho a vender recambios a los talleres independientes, que los necesitan para la reparación y el mantenimiento de los automóviles [cuarto guión de la letra b) del apartado 1 del artículo 4]. Este planteamiento es idéntico al del Reglamento (CE) n° 1475/95 y debería mantenerse.

5. VIGENCIA DEL REC Y PERÍODO DE TRANSICIÓN

53. El nuevo REC debería entrar en vigor el 1 de octubre de 2002. Parece conveniente limitar su vigencia a la del Reglamento (CE) n° 2790/1999, que expira el 31 de mayo de 2010 (vigencia total de siete años y ocho meses). Esto permitirá a la Comisión revisar en 2010 la situación general en todos los sectores. Esta duración es similar a la del Reglamento (CE) n° 1475/95 (vigencia de siete años).

⁽³⁶⁾ Estudio de Autopolis, p. 13-14, sección 3.6, referente a una declaración de CECRA en respuesta al cuestionario de la Comisión Europea de agosto de 2000; para mayores detalles y referencias, véase el informe de evaluación de la Comisión sobre el Reglamento (CE) n° 1475/95, punto 396.

54. Con objeto de permitir que los participantes del mercado se adapten a la nueva situación, el nuevo REC debería establecer, como es costumbre, un período transitorio. Conforme al Reglamento (CE) n° 1475/95, el período transitorio era de un año, en tanto que el período de transición con arreglo al Reglamento (CE) n° 2790/1999 era de un año y siete meses.

55. Ahora bien, hay que tener en cuenta diversos elementos:

- el nuevo régimen representa un alejamiento considerable de los principios del Reglamento (CE) n° 1475/95, a pesar de que se mantengan y consoliden algunos de sus elementos,
- el informe de evaluación establece claramente que el Reglamento (CE) n° 1475/95 no ha cumplido todos sus objetivos; por consiguiente, resulta imprescindible proceder a unos cambios reclamados por los consumidores,
- todos los operadores saben que después del 1 de octubre de 2002 se aplicarán unas normas nuevas; algunos fabricantes ya han comunicado a sus distribuidores la rescisión de los contratos para poder adaptarlos al nuevo régimen a partir del 1 de octubre,
- el proyecto de REC beneficia a los distribuidores y talleres autorizados puesto que se les abren oportunidades de competencia que no existen conforme al Reglamento actual.

56. Por consiguiente, se propone un período transitorio general de un año, es decir, hasta el 30 de septiembre de 2003.

6. REPERCUSIÓN DEL NUEVO REC SOBRE TODOS LOS OPERADORES DEL MERCADO

57. El enfoque elegido pretende eliminar los problemas de competencia que se pusieron de manifiesto en el informe de evaluación mediante la introducción de un sistema más flexible que brinde a todos los operadores una flexibilidad y libertad mayores para el ejercicio de sus actividades. Se preserva la capacidad de los fabricantes de seleccionar a sus distribuidores y talleres sobre la base de unos criterios cualitativos, sin obligarlos a abrir los sistemas de distribución a nuevos operadores, como supermercados o distribuidores que operan exclusivamente por Internet, si no lo consideran oportuno. Respecto de los prestatarios independientes de servicios posventa, el enfoque consiste en aumentar su nivel de cualificación y permitir que ofrezcan a los consumidores unos servicios posventa de calidad.

7. CONCLUSIÓN

58. El procedimiento que ha de seguirse para la adopción de un Reglamento de exención por categorías se establece en los artículos 5 y 6 del Reglamento n° 19/65/CEE del Consejo. Con arreglo a estas disposiciones, cuando la Comisión se proponga adoptar un Reglamento, debe publicar el proyecto del mismo emplazando a todas las partes interesadas a comunicarle sus observaciones en el término que fije, que no será inferior a un mes. Por otra parte, la Comisión debe consultar dos veces al Comité consultivo de acuerdos y posiciones dominantes: una primera vez antes de la publicación del proyecto de Reglamento y una segunda vez antes de su adopción. En este contexto, la Comisión acogerá con particular satisfacción los comentarios en los que se señalen las repercusiones potencialmente perjudiciales que el Reglamento pudiera tener sobre la seguridad vial y el medio ambiente.

ANEXO I

MOTIVOS PARA LA ELABORACIÓN DE UN NUEVO REC PARA LA DISTRIBUCIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMÓVILES**1. Resultado negativo de la evaluación por parte de la Comisión del REC actual, Reglamento (CE) n° 1475/95 de la Comisión, en el informe de evaluación de 15 de noviembre de 2000**

1. La renovación del actual Reglamento (CE) n° 1475/95 relativo a la exención por categorías de vehículos automóviles no es una opción real. El Reglamento (CE) n° 1475/95 estaba basado en el Reglamento (CEE) n° 123/85, que lo precedió. El informe de evaluación adoptado por la Comisión el 15 de noviembre de 2000 concluyó que el Reglamento (CE) n° 1475/95 no logró algunos de sus objetivos principales. La evaluación llegó en especial a las siguientes conclusiones en lo relativo a la distribución de turismos:
 - a) el Reglamento (CE) n° 1475/95 tiene cierto efecto de «encorsetado», puesto que todos los vehículos automóviles nuevos se distribuyen de la misma manera: es decir, a través de sistemas que acumulan la distribución exclusiva y selectiva;
 - b) el comercio paralelo entre Estados miembros no cumple su función y es aún marginal; como muestran los informes semestrales de la Comisión sobre los precios de los coches, las diferencias de precios en Europa siguen siendo importantes. El comercio paralelo no es suficientemente fuerte para repercutir en las políticas de fijación de precios de los fabricantes; un estudio encargado por la DG Competencia sobre las razones para que existan las diferencias de precios muestran que éstos no sólo se deben a disparidades fiscales entre Estados miembros (1), sino también a estrategias de valoración adoptadas por los fabricantes de vehículos; por otra parte, los intermediarios no pueden desempeñar eficientemente su papel en la compra de vehículos automóviles nuevos en otros Estados miembros;
 - c) el uso de nuevos métodos de comercialización, en especial Internet y la venta de vehículos nuevos a través representaciones multimarca, son difíciles de integrar en el Reglamento (CE) n° 1475/95;
 - d) no existe ningún vínculo natural entre la venta de vehículos automóviles nuevos y los servicios posventa. Este vínculo se asumió en el Reglamento (CE) n° 1475/95, y el Reglamento impuso por lo tanto la obligación de designar solamente a los distribuidores que también ofrecían servicios posventa. Asimismo, el informe de evaluación también concluyó que los especialistas necesarios para la reparación de vehículos automóviles no tienen por qué ser necesariamente los distribuidores; esta conclusión se vio confirmada por un estudio encargado por la DG Competencia (2);
 - e) el acceso a la información técnica para los talleres independientes no está suficientemente garantizado;
 - f) los fabricantes de recambios no tienen suficiente acceso a los distribuidores y éstos no utilizan recambios procedentes directamente de los fabricantes de recambios en grado suficiente; por el contrario, la mayor parte de los recambios utilizados por los distribuidores proceden del fabricante de vehículos, aunque alrededor del 80 % no sean producidos por éste y hasta cierto punto podrían adquirirse a precios más bajos directamente de los fabricantes de recambios;
 - g) la independencia los distribuidores no se ha visto reforzada perceptiblemente por el Reglamento (CE) n° 1475/95. Aunque el Reglamento establecía que se recurriera en mayor medida a objetivos de ventas acordados que a los impuestos, ofrecía a los distribuidores el derecho a vender vehículos de diversos fabricantes en condiciones estrictas, e imponía unos períodos mínimos de aviso más largos [en la mayoría de los casos dos años en lugar del año previsto en el anterior Reglamento (CEE) n° 123/85], los distribuidores dependen aún muchísimo de sus fabricantes.

2. El Reglamento (CE) n° 1475/95 no es respetado por la industria automovilística y los consumidores no están satisfechos con su funcionamiento

2. Aunque el Reglamento (CE) n° 1475/95 es muy generoso con la industria automovilística, los fabricantes de coches a menudo no lo han respetado, obligando a la Comisión a adoptar cuatro Decisiones con la imposición de multas correspondiente. El 28 de enero de 1998, Volkswagen fue multado con 102 millones de euros por impedir el comercio paralelo en Italia (reducidos por el TPICE a 90 millones de euros). El 20 de septiembre de 2000 la Comisión multó a Opel Nederland con 43 millones de euros por restringir el comercio paralelo en Países Bajos. El 30 de mayo de 2001, Volkswagen fue multada por segunda vez por fijar los precios en Alemania, esta vez por el VW Passat (multa de 30,96 millones de euros) y el 10 de octubre de 2001 DaimlerChrysler fue multada con 71 825 millones de euros por impedir el comercio paralelo en Alemania, restringiendo las ventas a las entidades de arrendamiento financiero y fijando los precios en Bélgica (3).

3. El elevado número de denuncias de los consumidores recibidas por la Comisión en los últimos años indica que los consumidores también perciben que el Reglamento (CE) n° 1475/95 es insatisfactorio.

(1) «Diferencias en los precios de los automóviles en la Unión Europea: análisis económico» por los profesores Verboven y Degryse.

(2) «El vínculo de los servicios de venta» por Autopolis.

(3) Los detalles sobre estos casos pueden encontrarse en el sitio de Internet de la DG Competencia.

3. Posiciones e informes de las autoridades nacionales de competencia

4. La mayoría de los Estados miembros que han expresado sus opiniones han indicado que deben revisarse las normas establecidas por el Reglamento (CE) n° 1475/95, aunque los puntos de vista puedan diferir sobre la amplitud de esta revisión. Las autoridades de competencia del Reino Unido y de Dinamarca también han evaluado el funcionamiento del Reglamento (CE) n° 1475/95. Han llegado a las conclusiones siguientes:

- En su «Informe sobre la oferta de vehículos automóviles nuevos en el Reino Unido» de abril de 2000, la Comisión sobre competencia del Reino Unido critica los efectos del sistema de distribución selectiva y exclusiva que permite el Reglamento (CE) n° 1475/95 sobre los precios de los coches nuevos, sobre la innovación y sobre las opciones de los consumidores. La Comisión sobre competencia cree que resulta necesario realizar cambios importantes para remediar estos efectos adversos. Entre otras cosas recomienda que no se permita que los fabricantes concedan territorios exclusivos y que esté prohibido rechazar el suministro de coches nuevos a ningún minorista. También recomienda que no se permita que los fabricantes de automóviles exijan que sus distribuidores vendan todos los modelos y que se rompa el vínculo entre los servicios de venta y posventa. Por lo tanto, recomienda que no se renueve el Reglamento (CE) n° 1475/95.
- En la primavera de 2001, la Autoridad danesa de competencia presentó un informe sobre los «Acuerdos y precios en el sector del automóvil». El informe concluye que, en Dinamarca, la competencia intramarca, es decir entre miembros de la misma red, está ausente de los mercados de coches nuevos y de recambios. La Autoridad danesa de competencia considera que el Reglamento (CE) n° 1475/95 es la razón principal de la falta de competencia, especialmente en el mercado del mantenimiento posventa. La Autoridad danesa de competencia recomienda, por lo tanto, que «un posible sistema futuro de distribución de coches nuevos no se base en criterios cuantitativos y exclusivos, sino solamente en determinados requisitos cualitativos».

4. El REC general para los acuerdos verticales, Reglamento (CE) n° 2790/1999 de la Comisión, no resuelve los problemas encontrados en la distribución de coches

5. El Reglamento (CE) n° 2790/1999, que se adoptó el 22 de diciembre de 1999, establece una exención por categorías que se aplica a todos los acuerdos de distribución de todos los sectores económicos que no estén sujetos a la aplicación de normas específicas, como es el caso de los vehículos automóviles [véase el apartado 5 del artículo 2 del Reglamento (CE) n° 2790/1999]. El Reglamento (CE) n° 2790/1999 representa el nuevo planteamiento para los acuerdos verticales y debe, por lo tanto, constituir el punto de partida para determinar la nueva normativa para la distribución de coches. Sin embargo, en el estado actual, la aplicación del nuevo marco jurídico sobre acuerdos verticales no supondría ninguna modificación importante de la situación actual para la distribución de coches. Esta deficiencia se debe, por una parte, a los problemas de competencia que acarrea la semejanza entre los sistemas de distribución y, por otra parte, al hecho de que son precisas disposiciones específicas para abordar los problemas identificados por la Comisión en el informe de la evaluación.
6. La Comisión puede excluir del beneficio del Reglamento (CE) n° 2790/1999 cuando el acceso a un mercado determinado o a la competencia en ese mercado se vea perceptiblemente restringido por el efecto acumulativo ⁽¹⁾ de redes paralelas de acuerdos verticales similares, y cuando éstos cubran más del 50 % de un mercado concreto y sean practicados por proveedores o compradores que compitan entre sí. Las Directrices relativas a las restricciones verticales dejan claro que pueden producirse problemas anticompetitivos apreciables cuando el coeficiente de cobertura del mercado del sistema selectivo de distribución supere el 50 % y cuando la cuota global de mercado de los cinco mayores proveedores (CR5) sea también superior al 50 % y los proveedores apliquen criterios de selección cuantitativos que limiten directamente el número de distribuidores autorizados. Estas redes de sistemas selectivos de distribución pueden producir una pérdida significativa de competencia intramarca y una posible exclusión de los distribuidores más eficientes, limitando con ello la distribución en detrimento de los consumidores finales y aumentando el riesgo de colusión entre los principales proveedores.
7. Todas las marcas de coches nuevos de cada Estado miembro se venden actualmente a través de redes similares de distribuidores concesionarios que combinan la exclusividad y la selectividad (cualitativas y cuantitativas) y otras restricciones verticales. Por consiguiente, el efecto acumulativo resultante supone mucho más del 50 % del mercado pertinente (casi el 100 %) y la cuota global de mercado de los cinco mayores proveedores (CR5) también supera el 50 %. Estos umbrales se superan en la CE en conjunto y en todos los Estados miembros.
8. Otro problema que afecta al mercado de venta y posventa es que el Reglamento (CE) n° 2790/1999 cubre restricciones verticales hasta una cuota de mercado del 30 %. Sobre la base de todas las definiciones de mercado razonablemente posibles, es probable que las redes de distribución de determinados fabricantes superen el umbral del 30 %, al igual que sus actividades en los mercados para los servicios y reparaciones posventa, que pueden ser mercados específicos a las marcas en los que los fabricantes de coches tendrían unas altas cuotas de mercado, particularmente teniendo en cuenta que durante el período de garantía del fabricante, el mantenimiento de los coches es realizado casi exclusivamente por los distribuidores autorizados. El Reglamento (CE) n° 2790/1999 no cubriría, por lo tanto, una proporción importante de las redes de ventas y reparación en la CE.

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

9. En lo relativo a la competencia entre marcas en el interior de los establecimientos (multimarcas), la aplicación del Reglamento (CE) n° 2790/1999 al sector del automóvil supondría un paso hacia atrás con respecto al Reglamento (CE) n° 1475/95, puesto que la obligación de no competir, es decir, la obligación de no vender más del 20 % de los vehículos de otro fabricante, se permite durante un período de cinco años, después del cual debe volverse a negociar. Si el distribuidor utiliza las instalaciones que son propiedad o que están arrendadas por el fabricante, la obligación de no competir no está limitada en el tiempo. Conforme al Reglamento (CE) n° 1475/95, la multimarca total está permitida a condición de que se lleve a cabo a través de personas jurídicas, gestoras y locales de ventas independientes.
10. El Reglamento (CE) n° 2790/1999 no contiene la llamada «cláusula de disponibilidad», que permite a los distribuidores pedir un coche para su venta a un consumidor extranjero que desee adquirir un coche en el extranjero que tenga las mismas características que el mismo modelo vendido en su propio país (es el caso, por ejemplo, de muchos consumidores británicos cuando piden un coche con el volante a la derecha en la Europa continental). Esta cláusula es, sin embargo, un elemento importante para lograr el objetivo del mercado único para la distribución de vehículos automóviles.
11. Por otra parte, las normas que establece el Reglamento (CE) n° 2790/1999 para proteger la competencia en el mercado de accesorios no parecen apropiadas. Resulta significativo que, mientras que el 40 % del precio total de coste de un turismo es atribuible a la compra, el 40 % se refiere al mantenimiento posventa llevado a cabo a través de talleres oficiales e independientes (el resto está compuesto por los gastos de financiación y seguro). Ambas actividades son, por lo tanto, igualmente pertinentes para los consumidores. Actualmente, el problema del acceso a la información técnica y de los posibles efectos anticompetitivos del ejercicio de derechos de propiedad intelectual parece ser más grave en este sector, especialmente teniendo en cuenta la complejidad técnica y el alto grado de diversidad de los sistemas electrónicos incorporados a los vehículos automóviles. El Reglamento (CE) n° 2790/1999 tampoco garantiza que los proveedores de recambios puedan venderlos a los distribuidores; esto les permitiría ofrecer a los consumidores la posibilidad de elegir entre diversos recambios.
12. En estas circunstancias, basadas en el planteamiento que figura en las directrices de la Comisión sobre restricciones verticales ⁽¹⁾, hay que introducir unas normas más estrictas. El proyecto de REC incorpora la mayor parte del contenido del Reglamento (CE) n° 2790/1999 a la vez que proporciona estas normas más estrictas.

⁽¹⁾ Véase, por ejemplo, punto 73 y punto 81 de las Directrices relativas a las restricciones verticales de la Comisión.

Comunicación — Notificación de títulos de médico especialista

(2002/C 67/03)

(Texto pertinente a efectos del EEE)

La Directiva 93/16/CEE del Consejo destinada a facilitar la libre circulación de los médicos y el reconocimiento mutuo de sus diplomas, certificados y otros títulos, modificada recientemente por la Directiva 2001/19/CE, y más en concreto su artículo 42 bis establece que los Estados miembros notificarán a la Comisión las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas que adopten en materia de expedición de los diplomas, certificados y otros títulos en el ámbito cubierto por la presente Directiva. La Comisión publicará un anuncio en el *Diario Oficial de las Comunidades Europeas* en el que se enumerarán las denominaciones adoptadas por los Estados miembros para las titulaciones en cuestión y, en su caso, para el título profesional correspondiente.

Italia ha notificado la denominación de cirugía torácica que deberá modificarse para dicho Estado miembro en la lista de especialidades médicas comunes a dos o más Estados miembros.

Suecia ha notificado la denominación de medicina nuclear que deberá modificarse para dicho Estado miembro en la lista de especialidades médicas comunes a dos o más Estados miembros.

El anexo C de la Directiva 93/16/CEE, modificada por la Directiva 2001/19/CE, quedará modificado de la manera siguiente:

a) en el apartado de cirugía torácica, figurará como denominación para Italia:

«Chirurgia toracica; Cardiochirurgia»;

b) en el apartado de medicina nuclear, figurará como denominación para Suecia:

«Nukleärmedicin».