

Comunicación de la Comisión

Directrices suplementarias relativas a las restricciones verticales incluidas en los acuerdos de venta y reparación de vehículos de motor y de distribución de recambios para vehículos de motor

(Texto pertinente a efectos del EEE)

(2010/C 138/05)

I. INTRODUCCIÓN

1. Objetivo de las Directrices

- (1) Las presentes Directrices establecen una serie de principios para evaluar, de conformidad con el artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea ⁽¹⁾, cuestiones específicas que se plantean en el contexto de las restricciones verticales incluidas en los acuerdos de venta y reparación de vehículos de motor y de distribución de recambios. Acompañan al Reglamento (UE) n° 461/2010 de la Comisión, relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas en el sector de los vehículos de motor ⁽²⁾ (en lo sucesivo, «Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor») y tienen por objeto ayudar a las empresas a evaluar por sí mismas dichos acuerdos.
- (2) Las presentes Directrices aclaran aspectos que son particularmente pertinentes para el sector de los vehículos de motor, entre otros la interpretación de ciertas disposiciones del Reglamento (UE) n° 330/2010 de la Comisión, de 20 de abril de 2010, relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas ⁽³⁾ (en lo sucesivo, «Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales»). Se entienden sin perjuicio de la aplicabilidad de las Directrices relativas a las restricciones verticales ⁽⁴⁾ (en lo sucesivo, «las Directrices Generales sobre Restricciones Verticales») y deben leerse, por tanto, en relación con dichas Directrices y como suplemento de ellas.
- (3) Las presentes Directrices se aplican tanto a los acuerdos verticales y a las prácticas concertadas relativas a las condiciones en las que las partes pueden comprar, vender o revender recambios y/o prestar servicios de reparación y mantenimiento para vehículos de motor, como a los acuerdos verticales y a las prácticas concertadas relativas a las condiciones en las que las partes pueden comprar, vender o revender vehículos de motor nuevos. Como se explica en la sección II de las presentes Directrices, la última categoría de acuerdos y prácticas concertadas se-

guirá estando sujeta a las disposiciones pertinentes del Reglamento (CE) n° 1400/2002 de la Comisión, de 31 de julio de 2002, relativo a la aplicación del artículo 81, apartado 3, del Tratado a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas en el sector de los vehículos de motor ⁽⁵⁾ hasta el 31 de mayo de 2013. Por lo tanto, por lo que hace a los acuerdos verticales y a las prácticas concertadas para la compra, venta o reventa de vehículos de motor nuevos, las presentes Directrices solo se aplicarán a partir del 1 de junio de 2013. Las presentes Directrices no se aplicarán a los acuerdos verticales en sectores distintos del de los vehículos de motor y los principios en ellas establecidos no tienen por qué utilizarse necesariamente para evaluar los acuerdos existentes en otros sectores.

- (4) Las presentes Directrices se entienden sin perjuicio de la posible aplicación paralela del artículo 102 del Tratado a los acuerdos verticales del sector del automóvil o de la interpretación que el Tribunal de Justicia de la Unión Europea pueda hacer en relación con la aplicación del artículo 101 del Tratado a dichos acuerdos verticales.
- (5) Salvo que se indique lo contrario, el análisis y los argumentos incluidos en las presentes Directrices se aplican a todos los niveles comerciales. Los términos «proveedor» y «distribuidor» ⁽⁶⁾ se emplean para todos los niveles comerciales. Cuando se haga referencia conjuntamente al Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales y al Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor se utiliza el término «Reglamentos de exención por categorías».
- (6) Las normas establecidas en las presentes Directrices deben aplicarse en cada caso teniendo en cuenta las circunstancias individuales de hecho y de derecho. La Comisión aplicará ⁽⁷⁾ las presentes Directrices de forma razonable y flexible, teniendo en cuenta la experiencia adquirida en el ejercicio de sus actividades de ejecución y supervisión del mercado.
- (7) La historia de la aplicación de la normativa de competencia en este sector muestra que pueden producirse ciertas restricciones como consecuencia de obligaciones contractuales directas explícitas o de obligaciones indirectas o por medios indirectos que, no obstante, producen el mismo resultado contrario a la competencia. Un proveedor que desee influir en el comportamiento competitivo de un distribuidor puede, por ejemplo, recurrir a amenazas o intimidaciones, advertencias o penalizaciones. También puede retrasar o suspender las entregas o amenazar con

⁽¹⁾ Con efecto a partir del 1 de diciembre de 2009, los artículos 81 y 82 del Tratado CE han pasado a ser los artículos 101 y 102, respectivamente, del Tratado de Funcionamiento de la UE (TFUE). Ambos conjuntos de disposiciones son, en sustancia, idénticos. A efectos de las presentes Directrices, las referencias a los artículos 101 y 102 del TFUE se entenderán hechas, cuando proceda, a los artículos 81 y 82, respectivamente, del Tratado CE. El TFUE también ha introducido ciertos cambios en la terminología, como la sustitución de los términos «Comunidad» por «Unión» y «mercado común» por «mercado interior». En las presentes Directrices se utilizará la terminología del TFUE.

⁽²⁾ DO L 129 de 28.5.2010, p. 52.

⁽³⁾ DO L 102 de 23.4.2010, p. 1.

⁽⁴⁾ DO C 130 de 19.5.2010, p. 1.

⁽⁵⁾ DO L 203 de 1.8.2002, p. 30.

⁽⁶⁾ Por lo general, en este sector los distribuidores minoristas se conocen con el nombre de «concesionarios».

⁽⁷⁾ Desde la modernización de las normas de competencia de la Unión, la responsabilidad primaria de este análisis recae en las partes en los acuerdos. La Comisión puede, sin embargo, investigar la compatibilidad de los acuerdos con el artículo 101 del Tratado por propia iniciativa o a raíz de una denuncia.

rescindir los contratos de los distribuidores que vendan a clientes extranjeros o que no apliquen un determinado nivel de precios. Por lo general, la transparencia de las relaciones entre las partes contratantes reducirá el riesgo de que los fabricantes sean considerados responsables de utilizar tales formas indirectas de presión dirigidas a lograr resultados contrarios a la competencia. La adhesión a un código de conducta es una forma de reforzar la transparencia en las relaciones comerciales entre las partes. Entre otras cosas, dichos códigos pueden prever, para la rescisión del contrato, plazos de preaviso que se fijarán, por ejemplo, en función de la duración del contrato; indemnizaciones, en caso de rescisión temprana sin causa justificada, por las inversiones en curso hechas por el distribuidor autorizado y específicas de la relación contractual entre las partes; así como el arbitraje como mecanismo alternativo de resolución de conflictos. El hecho de que un proveedor incorpore un código de conducta de esta índole a los acuerdos que suscriba con distribuidores y talleres de reparación, lo haga público y cumpla sus disposiciones se considerará un factor pertinente para evaluar la conducta del proveedor en casos concretos.

2. Estructura de las Directrices

- (8) Las presentes Directrices están estructuradas de la siguiente manera:
- a) ámbito de aplicación del Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor y relación con el Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales (sección II);
 - b) aplicación de las disposiciones adicionales del Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor (sección III);
 - c) evaluación de restricciones específicas: marca única y distribución selectiva (sección IV).

II. ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL REGLAMENTO DE EXENCIÓN POR CATEGORÍAS EN EL SECTOR DE LOS VEHÍCULOS DE MOTOR Y RELACIÓN CON EL REGLAMENTO DE EXENCIÓN GENERAL POR CATEGORÍAS PARA ACUERDOS VERTICALES

- (9) De conformidad con su artículo 4, el Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor abarca los acuerdos verticales relativos a la compra, la venta o la reventa de recambios para vehículos de motor y a la prestación de servicios de reparación y mantenimiento de vehículos de motor.
- (10) El artículo 2 del Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor prorroga hasta el 31 de mayo de 2013 la aplicación de las disposiciones pertinentes del Reglamento (CE) n° 1400/2002 por lo que respecta a los acuerdos verticales relativos a la compra, venta o reventa de vehículos de motor nuevos. De conformidad con el artículo 3 del Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor los acuerdos verticales relativos a la compra, venta o reventa de vehículos de motor nuevos estarán cubiertos por el

Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales⁽¹⁾, a partir del 1 de junio de 2013.

- (11) Esta distinción refleja las condiciones competitivas que existen en la actualidad en los mercados para la venta de vehículos de motor nuevos, y para la distribución de recambios y la prestación de servicios de reparación y posventa.
- (12) Basándose en un análisis pormenorizado del mercado establecida en el Informe de evaluación sobre el funcionamiento del Reglamento (CE) n° 1400/2002 de la Comisión, de 28 de mayo de 2008⁽²⁾ y en la Comunicación de la Comisión sobre el futuro marco jurídico en materia de competencia aplicable al sector de los vehículos de motor, de 22 de julio de 2009⁽³⁾, parece que no existen carencias significativas en materia de competencia que distingan el sector de la distribución de vehículos de motor nuevos de otros sectores económicos y que pudieran hacer necesaria la aplicación de normas diferentes y más estrictas que las del Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales. Por lo tanto, la aplicación de un umbral de cuota de mercado del 30 %⁽⁴⁾, la no exención de determinadas restricciones verticales y las condiciones previstas en el Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales garantizarán, por lo general, que los acuerdos verticales relativos a la distribución de vehículos de motor nuevos cumplan las condiciones establecidas en el artículo 101, apartado 3, del Tratado, sin necesidad de recurrir a ningún otro requisito además de los aplicables a otros sectores.
- (13) Sin embargo, para que todos los operadores dispongan de tiempo para adaptarse al régimen general, en especial teniendo en cuenta las inversiones específicas de las relaciones contractuales hechas a largo plazo, el periodo de aplicación del Reglamento (CE) n° 1400/2002 se prorroga tres años, hasta el 31 de mayo de 2013, por lo que respecta a los requisitos que se refieren específicamente a acuerdos verticales relativos a la compra, venta o reventa de vehículos de motor nuevos. Desde el 1 de junio de 2010 hasta el 31 de mayo de 2013, las disposiciones del Reglamento (CE) n° 1400/2002 que se refieren tanto a acuerdos de distribución de vehículos de motor nuevos como a acuerdos relativos a la compra, venta o reventa de recambios para vehículos de motor o a la prestación de servicios de reparación y mantenimiento sólo se aplicarán por lo que se refiere al primer tipo de acuerdos. Durante dicho periodo, las presentes Directrices no podrán

⁽¹⁾ La expiración del Reglamento (CE) n° 1400/2002 y su sustitución por el nuevo marco jurídico que se describe en las presentes Directrices no requieren por sí mismas la resolución de los contratos existentes. Véase, por ejemplo, C-125/05, *Vulcan Silkeborg A.S./Skandinavišk Motor Co. A.S.* Rec. I p. 7637.

⁽²⁾ SEC(2008) 1946.

⁽³⁾ COM(2009) 388 final.

⁽⁴⁾ De conformidad con el artículo 7 de la Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales, el cálculo de este umbral de cuota de mercado se basa por lo general en los datos de valor de las ventas en el mercado o, en caso de que no se disponga de tales datos, en otro tipo de informaciones fidedignas sobre el mercado, incluidos volúmenes de ventas de mercado. A este respecto, la Comisión toma nota del hecho de que, para la distribución de los vehículos de motor nuevos, las cuotas de mercado son calculadas actualmente por la industria sobre la base del volumen de vehículos de motor vendidos por el proveedor en el mercado de referencia, que incluye todos los vehículos de motor considerados por el comprador como intercambiables o sustituibles, en virtud de las características de los productos, de los precios y del uso previsto.

utilizarse para interpretar las disposiciones del Reglamento (CE) n° 1400/2002. En su lugar, habrá que remitirse a la Guía explicativa de dicho Reglamento ⁽¹⁾.

- (14) Por lo que se refiere a los acuerdos verticales relativos a las condiciones en las que las partes pueden comprar, vender o revender recambios para vehículos de motor y/o prestar servicios de reparación y/o mantenimiento de vehículos de motor, el Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor se aplica a partir del 1 de junio de 2010. Por consiguiente, para acogerse a la exención de conformidad con su artículo 4, dichos acuerdos no sólo deben cumplir las condiciones para poder acogerse a una exención con arreglo al Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales, sino que no deben contener ninguna restricción grave de la competencia, las denominadas restricciones especialmente graves, enumeradas en el artículo 5 del Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor.
- (15) Dado que, en general, los mercados de servicios de reparación y mantenimiento y de distribución de recambios se caracterizan por ser específicos de cada marca, la competencia en dichos mercados es intrínsecamente menos intensa que en el mercado de venta de vehículos de motor nuevos. Si bien es cierto que, gracias a los avances tecnológicos, ha mejorado la fiabilidad y se han espaciado los intervalos de mantenimiento, esta evolución se ve superada por una tendencia al alza de los precios de los trabajos individuales de reparación y mantenimiento. En los mercados de recambios, las piezas que llevan la marca del fabricante de vehículos de motor se enfrentan a la competencia de los suministrados por los proveedores de equipos originales (OES) y por otras partes. Se mantiene así una presión de precios sobre esos mercados, que a su vez ejerce presión sobre los precios en los mercados de reparación y mantenimiento, puesto que los recambios constituyen un amplio porcentaje del coste medio de una reparación. Por otra parte, la reparación y el mantenimiento representan en conjunto un porcentaje muy elevado de los gastos totales de los consumidores en vehículos de motor, que a su vez corresponden a una parte significativa del presupuesto del consumidor medio.
- (16) A fin de abordar cuestiones particulares de competencia que se plantean en los mercados posventa de vehículos de motor, el Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales se complementa con tres restricciones adicionales especialmente graves contenidas en el Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor aplicables a los acuerdos relativos a la reparación y mantenimiento de vehículos de motor y al suministro de recambios. La sección III de las presentes Directrices ofrece orientación complementaria sobre estas restricciones adicionales especialmente graves.

III. APLICACIÓN DE LAS DISPOSICIONES ADICIONALES DEL REGLAMENTO DE EXENCIÓN POR CATEGORÍAS EN EL SECTOR DE LOS VEHÍCULOS DE MOTOR

- (17) Los acuerdos no se podrán acoger a la exención por categorías si contienen restricciones especialmente graves. Estas restricciones se enumeran en el artículo 4 del Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales y en el artículo 5 del Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor. La inclusión de cualquiera de estas restricciones en un acuerdo conlleva la presunción de que el acuerdo entra dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado. También parte de la presunción de que es poco probable que el acuerdo cumpla las condiciones del artículo 101, apartado 3, del Tratado razón por la cual no se aplica la exención por categorías. Sin embargo, se trata de una presunción refutable, que deja abierta la posibilidad de que las empresas invoquen el argumento de la eficiencia de conformidad con el artículo 101, apartado 3, del Tratado en un asunto concreto.
- (18) Uno de los objetivos de la Comisión por lo que se refiere a la política de la competencia en el sector de los vehículos de motor es proteger el acceso de los fabricantes de recambios a los mercados posventa de los vehículos de motor, velando así por que tanto los talleres de reparación independientes y autorizados como los mayoristas de recambios tengan acceso a las marcas de recambios de la competencia. La disponibilidad de estos recambios reporta considerables beneficios a los consumidores, debido sobre todo a que suelen existir grandes diferencias de precio entre los recambios vendidos o revendidos por el fabricante y los recambios alternativos. Los recambios alternativos que llevan la marca registrada del fabricante de vehículos de motor (recambios OEM) incluyen piezas originales fabricadas y distribuidas por los proveedores de equipos originales (recambios OES), mientras que otros recambios que se ajustan a la calidad de los componentes originales son suministradas por fabricantes de recambios de «calidad equivalente».
- (19) Se entiende por «piezas o equipos originales» las piezas o equipos fabricados con arreglo a las especificaciones y normas de producción que el fabricante del vehículo de motor ha establecido para producir las piezas y equipos para el montaje del vehículo de motor de que se trate. Incluye las piezas y equipos fabricados en la misma cadena de producción que esas piezas y equipos. Salvo prueba en contrario, se presumirá que los recambios son recambios originales si el fabricante de los mismos certifica que cumplen los requisitos de calidad de los componentes utilizados para el montaje del vehículo de motor en cuestión y se han fabricado con arreglo a las especificaciones y normas de producción del vehículo de motor (véase el artículo 3, apartado 26, de la Directiva 2007/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de septiembre de 2007, por la que se crea un marco para la homologación de los vehículos de motor y de los remolques, sistemas, componentes y unidades técnicas independientes destinados a dichos vehículos de motor) ⁽²⁾.

⁽¹⁾ Guía explicativa del Reglamento (CE) n° 1400/2002 de la Comisión, de 31 de julio de 2002: *Distribución y servicios posventa de vehículos de motor en la Unión Europea*.

⁽²⁾ DO L 263 de 9.10.2007, p. 1.

- (20) Para poder ser considerados de «calidad equivalente», los recambios han de ser de calidad lo suficientemente alta para que su uso no empañe la reputación de la red autorizada en cuestión. Al igual que ocurre con cualquier otra norma de selección, el fabricante de los vehículos de motor puede aportar pruebas de que un recambio dado no cumple este requisito.
- (21) El artículo 4, letra e), del Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales describe como restricción especialmente grave la acordada entre un proveedor de componentes y un comprador que los incorpora a otros productos que limite la capacidad del proveedor de vender esos componentes a usuarios finales, a talleres de reparación independientes o proveedores de otros servicios a los que el comprador no haya encomendado la reparación o mantenimiento de sus productos. El artículo 5, letras a), b) y c), del Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor establece tres restricciones adicionales especialmente graves relativas a los acuerdos para el suministro de recambios.
- (22) El artículo 5, letra a), del Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor atañe a la restricción de las ventas de recambios para vehículos de motor por parte de los miembros de un sistema de distribución selectiva a talleres de reparación independientes. Esta disposición es muy pertinente para una categoría particular de recambios, denominados a veces «recambios cautivos», que sólo pueden obtenerse del fabricante del vehículo o de miembros de sus redes autorizadas. Si un proveedor y un distribuidor acuerdan que tales recambios no pueden suministrarse a talleres de reparación independientes, es probable que este acuerdo excluya a esos talleres de reparación del mercado de los servicios de reparación y mantenimiento, infringiendo así el artículo 101 del Tratado.
- (23) El artículo 5, letra b), del Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor se refiere a cualquier restricción directa o indirecta convenida entre un proveedor de recambios, herramientas para reparaciones o equipos de diagnóstico o de otro tipo y un fabricante de vehículos de motor, que limite la capacidad del proveedor para vender estos productos a distribuidores y talleres de reparación autorizados y/o independientes. Los denominados «acuerdos de utillaje» entre proveedores de componentes y fabricantes de vehículos de motor son un ejemplo de posibles restricciones indirectas de este tipo. A este respecto debe hacerse referencia al respecto a la Comunicación de la Comisión de 18 de diciembre de 1978, referente a la consideración de los subcontratos respecto a las disposiciones del apartado 1 del artículo 85 del Tratado de la Comunidad Económica Europea ⁽¹⁾ (la Comunicación sobre subcontratación). En general, el artículo 101, apartado 1, del Tratado no se aplica a un acuerdo por el que un fabricante de vehículos de motor suministra a un fabricante de componentes una herramienta que es necesaria para la producción de ciertos componentes, comparte los costes de desarrollo del producto o aporta derechos de propiedad intelectual o conocimientos técnicos

necesarios ⁽²⁾, y no permite que esta contribución se use para la producción de recambios destinados a ser vendidos directamente en el mercado posventa. Por otra parte, si un fabricante de vehículos de motor obliga a un proveedor de componentes a transferir su propiedad de dicho utillaje, derechos de propiedad intelectual, o conocimientos técnicos, soporta únicamente una parte insignificante de los costes de desarrollo del producto, o no aporta ningún utillaje, derecho de propiedad intelectual o conocimiento técnico necesarios, no se considerará que el acuerdo en cuestión sea un verdadero acuerdo de subcontratación. Por lo tanto, puede considerarse que entra dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado y ser examinado de conformidad con lo dispuesto en los Reglamentos de exención por categorías.

- (24) El artículo 5, letra c), del Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor se refiere a 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 fácilmente visible en los componentes suministrados o en los recambios. Para mejorar las posibilidades de elección de los consumidores, se debe permitir que los talleres de reparación y los consumidores identifiquen los recambios de proveedores alternativos que se adaptan a un determinado vehículo de motor, además de aquellos que llevan la marca del fabricante de automóviles. El hecho de poner la marca o el logotipo en los componentes y recambios hace posible identificar con facilidad las piezas de recambio compatibles que pueden obtenerse de los OES. Si no se permite esta posibilidad, los fabricantes de vehículos de motor pueden restringir la comercialización de los recambios OES y limitar las posibilidades de elección de los consumidores en sentido contrario a lo dispuesto en el artículo 101 del Tratado.

IV. EVALUACIÓN DE RESTRICCIONES ESPECÍFICAS

- (25) Las partes que suscriban acuerdos verticales en el sector de los vehículos de motor deben utilizar las presentes Directrices como suplemento de las Directrices sobre restricciones verticales y leerlo en relación con ellas para evaluar la compatibilidad de las restricciones específicas con el artículo 101 del Tratado. En la presente sección se ofrece orientación específica sobre la marca única y la distribución selectiva, que son dos ámbitos que pueden ser de particular importancia a la hora de evaluar la categoría de acuerdos mencionados en la sección II de las presentes directrices.

1. Obligaciones de marca única

- i) *Evaluación de las obligaciones de marca única conforme a los Reglamentos de exención por categorías*
- (26) De conformidad con el artículo 3 del Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de

⁽¹⁾ DO C 1 de 3.1.1979, p. 2.

⁽²⁾ En los casos en que un fabricante de vehículos de motor suministre a un proveedor de componentes una herramienta, derechos de propiedad intelectual y/o conocimientos técnicos, este mecanismo no se beneficiará de la Comunicación sobre subcontratación si el proveedor de componentes dispone ya de esa herramienta, esos derechos de propiedad intelectual o esos conocimientos técnicos, o podría obtenerlos en condiciones razonables, puesto que en esas circunstancias la contribución no sería necesaria.

Motor, leído en relación con el artículo 5, apartado 1, letra a), del Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales, un proveedor y un distribuidor de vehículos de motor que tengan una cuota del mercado de referencia que no sea superior al 30 % pueden convenir una obligación de marca única que obligue al distribuidor a comprar vehículos de motor solamente al proveedor o a otras empresas designadas por este, a condición de que la duración de tales obligaciones de no competencia no exceda de cinco años. Los mismos principios se aplican a los acuerdos suscritos entre proveedores y sus talleres de reparación y/o distribuidores de recambios autorizados. La renovación tras un periodo de cinco años requiere que ambas partes den su consentimiento explícito y que no haya obstáculos que impidan al distribuidor dar por concluida de modo efectivo la obligación de no competencia al término del periodo de cinco años. Las obligaciones de no competencia no están cubiertas por los Reglamentos de exención por categorías si su duración es indefinida o superior a cinco años, aunque en dichas circunstancias los Reglamentos de exención por categorías continuarían aplicándose al resto del acuerdo vertical. Lo mismo se aplica a las obligaciones de no competencia que sean tácitamente renovables a partir de un periodo de cinco años. Los obstáculos, las amenazas de rescisión o las intimidaciones en el sentido de que se volverá a imponer la obligación de marca única antes de que haya transcurrido un periodo suficiente para permitir al distribuidor o al nuevo proveedor amortizar sus inversiones irreversibles equivaldrían a una renovación tácita de la obligación de marca única en cuestión.

- (27) De conformidad con el artículo 5, apartado 1, letra c), del Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales, la exención no se aplica a ninguna obligación directa o indirecta que prohíba a los miembros de un sistema de distribución selectiva vender las marcas de determinados proveedores competidores. Debe prestarse especial atención a la forma en que las obligaciones de marca única se aplican a los distribuidores multimarca existentes, a fin de garantizar que las obligaciones en cuestión no formen parte de una estrategia global encaminada a eliminar la competencia de uno o más proveedores específicos, en especial de los recién llegados o de los competidores más débiles. Este tipo de problema podría plantearse, en particular, si se exceden los umbrales de cuota de mercado indicados en el apartado 34 de las presentes Directrices y si el proveedor que aplica una restricción de este tipo ostenta una posición en el mercado de referencia que le permite contribuir de forma significativa al efecto de exclusión global ⁽¹⁾.
- (28) Las obligaciones de no competencia incluidas en acuerdos verticales no constituyen restricciones especialmente graves pero, según las circunstancias del mercado, pueden tener efectos negativos que pueden hacer que los acuerdos entren dentro del ámbito de aplicación del artículo

101, apartado 1, del Tratado ⁽²⁾. Este efecto negativo puede producirse si aumentan las barreras a la entrada o la expansión que excluyen a los proveedores competidores, lo que puede resultar especialmente lesivo para los consumidores al incrementar los precios o limitar la oferta de productos, disminuir su calidad o reducir el nivel de innovación del producto.

- (29) Sin embargo, las obligaciones de no competencia también pueden tener efectos positivos que justifiquen la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado. En particular, pueden contribuir a resolver un problema de «parasitismo», por el cual un proveedor se beneficia de las inversiones hechas por otro. Un proveedor puede, por ejemplo, invertir en los locales de un distribuidor, pero al hacerlo atrae a clientes a una marca de la competencia que también se vende en los mismos locales. Lo mismo se aplica a otros tipos de inversiones hechas por el proveedor, que pueden ser utilizadas por el distribuidor para vender vehículos de motor de fabricantes competidores, por ejemplo inversiones en formación.
- (30) Otro efecto positivo de las obligaciones de no competencia en el sector de los vehículos de motor de motor consiste en reforzar la imagen de marca y la reputación de la red de distribución. Tales restricciones pueden contribuir a crear y mantener una imagen de marca imponiendo un cierto grado de uniformidad y de nivel de calidad a los distribuidores, lo que incrementa el atractivo de esa marca para el consumidor final y aumenta sus ventas.
- (31) El artículo 1, letra d), del Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales, define como «cláusula de no competencia»:
- «a) 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
- b) cualquier obligación, directa o indirecta, que exija al comprador adquirir al proveedor o a otra empresa designada por este más del 80 % del total de sus compras de los bienes o servicios contractuales y de sus sustitutos en el mercado de referencia».
- (32) Además de los medios directos de vincular al distribuidor a su propia marca o marcas, un proveedor también puede recurrir a medios indirectos que produzcan el mismo efecto. En el sector de los vehículos de motor, estos medios indirectos pueden incluir unos niveles de calidad concebidos específicamente para disuadir a los distribuidores de vender productos de marcas competidoras ⁽³⁾, las bonificaciones condicionadas a que el distribuidor acepte vender exclusivamente una marca, los descuentos selectivos o algunos otros requisitos, como la exigencia de crear una

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

⁽²⁾ Por lo que se refiere a los factores pertinentes que deben tenerse en cuenta para evaluar las obligaciones de no competencia de conformidad con el artículo 101, apartado 1, del Tratado, véase la sección pertinente de las Directrices generales sobre restricciones verticales, sobre todo los apartados 129 a 150.

⁽³⁾ Véanse los asuntos BMW, IP/06/302, 13.3.2006, y Opel 2006, IP/06/303, 13.3.2006.

persona jurídica separada para la marca competidora, o la obligación de exponer la nueva marca competidora en una sala de exposición separada en una ubicación geográfica que haga que el cumplimiento de tal requisito no sea económicamente viable (por ejemplo, en zonas escasamente pobladas).

- (33) La exención por categorías prevista en el Reglamento general de exención por categorías para acuerdos verticales abarca todas las formas de obligaciones de no competencia directas o indirectas, siempre que la cuota de mercado del proveedor y de su distribuidor no exceda del 30 % y que la duración de la obligación de no competencia no sea superior a cinco años. Sin embargo, incluso en aquellos casos en que los acuerdos individuales cumplan dichas condiciones, la utilización de obligaciones de no competencia puede tener efectos contrarios a la competencia que no se vean compensados por sus efectos positivos. En el sector de los vehículos de motor, estos efectos anticompetitivos netos pueden ser resultado, sobre todo, de efectos acumulativos que suponen la exclusión del mercado de las marcas de la competencia.
- (34) En la distribución de vehículos de motor a nivel minorista, es improbable que este tipo de exclusión del mercado ocurra en los mercados en los que todos los proveedores tienen cuotas de mercado inferiores al 30 % y el porcentaje total de todas las ventas de vehículos de motor que están sujetas a obligaciones de marca única en el mercado en cuestión (es decir, la cuota de mercado vinculada total) es inferior al 40 % ⁽¹⁾. Cuando hay un proveedor no dominante con una cuota de mercado superior al 30 % del mercado de referencia, mientras que las cuotas de mercado de los demás proveedores son inferiores al 30 %, es poco probable que existan efectos anticompetitivos acumulativos, siempre que la cuota total de mercado vinculada no sea superior al 30 %.
- (35) Si el acceso al mercado de referencia de venta de vehículos de motor nuevos y la competencia en el mismo resultan considerablemente restringidos por el efecto acumulativo de redes paralelas de acuerdos verticales similares que contienen obligaciones de marca única, la Comisión puede retirar el beneficio de la exención por categorías, de conformidad con el artículo 29 del Reglamento (CE) n° 1/2003, de 16 de diciembre de 2002, relativo a la aplicación de las normas sobre competencia previstas en los artículos 81 y 82 del Tratado ⁽²⁾. Una decisión de retirada puede dirigirse, en particular, a los proveedores que contribuyen de manera significativa a un efecto acumulativo de exclusión en el mercado de referencia. Cuando dicho efecto se produce en un mercado nacional, las autoridades nacionales de competencia de ese Estado miembro también pueden retirar el beneficio de la exención por categorías por lo que se refiere a su territorio.
- (36) Además, si existen redes paralelas de acuerdos que contienen restricciones verticales similares que abarquen más del 50 % de un mercado dado, la Comisión podrá adoptar un Reglamento por el que se declare que la exención por categorías no es aplicable al mercado en cuestión en lo que respecta a tales restricciones. Una situación así podría darse, por ejemplo, si los efectos acumulativos resultantes

del uso generalizado de obligaciones de marca única fueran lesivos para los consumidores en ese mercado.

- (37) En cuanto a la evaluación de las obligaciones de compra mínima calculadas sobre la base de los requisitos anuales totales del distribuidor, podría estar justificado retirar la exención por categorías si existieran efectos anticompetitivos acumulativos, incluso si el proveedor impone una obligación de compra mínima inferior al límite del 80 % establecido en el artículo 1, letra d), del Reglamento general de exención por categorías para acuerdos verticales. Las partes deben considerar si, habida cuenta de las circunstancias de hecho pertinentes, una obligación impuesta al distribuidor de asegurar que un determinado porcentaje de sus compras totales de vehículos de motor ostente la marca del proveedor le impedirá ofrecer una o varias marcas adicionales de la competencia. Desde esta perspectiva, incluso un requisito de compra mínima impuesto a un nivel inferior al 80 % de las compras anuales totales del distribuidor equivaldrá a una obligación de marca única si obliga a un distribuidor que desee ofrecer una nueva marca de un fabricante competidor elegida por él a adquirir un número tal de vehículos de motor de la marca que vende en ese momento que haría económicamente insostenibles la actividades del distribuidor ⁽³⁾. Una obligación de compra mínima de esta naturaleza equivaldrá igualmente a una obligación de marca única si fuerza a un proveedor de la competencia a repartir su volumen de ventas previsto en un determinado territorio entre varios distribuidores, lo que supondría una duplicación de inversiones y una presencia de ventas fragmentaria.

ii) *Evaluación de las obligaciones de marca única fuera del marco de los Reglamentos de exención por categorías*

- (38) También se puede pedir a las partes que evalúen la compatibilidad con las normas de competencia de las obligaciones de marca única por lo que se refiere a los acuerdos que no pueden acogerse a la exención por categorías porque las cuotas de mercado de las partes superan el 30 % o porque el acuerdo excede los cinco años de duración. Tales acuerdos serán objeto, por tanto, de un examen individual para determinar si entran dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado y, en caso afirmativo, si puede demostrarse la existencia de eficiencias compensadoras que puedan causar un efecto anticompetitivo. Si así sucede, los acuerdos podrán acogerse a la excepción establecida en el artículo 101, apartado 3, del Tratado. A la hora de evaluar un asunto concreto, se aplicarán los principios generales establecidos en la sección VI.2.1 de las Directrices generales sobre restricciones verticales.

⁽¹⁾ Véanse las Directrices generales sobre restricciones verticales, apartado 141.

⁽²⁾ DO L 1 de 4.1.2003, p. 1.

⁽³⁾ Por ejemplo, si un concesionario compra cien coches de la marca A en un año para cubrir la demanda y desea comprar cien coches de la marca B, una obligación de compra mínima del 80 % por lo que se refiere a la marca A supondría que, el año siguiente, tendría que comprar ciento sesenta coches de la marca A. Dado que es probable que los índices de penetración sean relativamente estables, esto dejaría probablemente al distribuidor autorizado con unas existencias sin vender importantes de la marca A. Para evitar esta situación, se vería forzado, por tanto, a reducir drásticamente sus compras de la marca B. Dependiendo de las circunstancias específicas del caso, una práctica de este tipo puede considerarse una obligación de marca única.

- (39) En concreto, los acuerdos firmados entre un fabricante de vehículos de motor o su importador, por una parte, y distribuidores de recambios y/o talleres de reparación autorizados, por otra, se hallarán fuera del ámbito de aplicación de los Reglamentos de exención por categorías cuando las cuotas de mercado de las partes superen el umbral del 30 %, lo que probablemente ocurra en la mayoría de dichos acuerdos. Entre las obligaciones de marca única que habrá que evaluar en tales circunstancias se encuentran todos los tipos de restricciones que limitan directa o indirectamente la capacidad de los distribuidores o de los talleres de reparación autorizados de obtener de terceros recambios originales o de calidad equivalente. Sin embargo, la obligación impuesta a un taller de reparación autorizado de utilizar recambios originales suministrados por el fabricante de vehículos de motor para las reparaciones realizadas durante el periodo de garantía, los servicios de mantenimiento gratuitos y las operaciones de llamada a revisión de los vehículos de motor no se consideraría una obligación de marca única, sino más bien un requisito objetivamente justificado.
- (40) También deberá evaluarse individualmente las obligaciones de marca única que figuran en acuerdos para la distribución de vehículos de motor nuevos cuando su duración sea superior a cinco años y/o cuando la cuota de mercado del proveedor exceda del 30 %, lo que puede ocurrir en el caso de determinados proveedores en algunos Estados miembros. En esas circunstancias, las partes deben tener en cuenta no solo la cuota de mercado del proveedor y del comprador, sino también la cuota de mercado vinculada total, tomando en consideración los umbrales indicados en el apartado 34. Por encima de dichos umbrales, los casos individuales se evaluarán de conformidad con los principios generales establecidos en la sección VI.2.1. de las Directrices Generales.
- (41) Fuera del ámbito de los Reglamentos de exención por categorías, la evaluación de las obligaciones de compra mínima calculadas sobre la base de los requisitos anuales totales del distribuidor tendrá en cuenta todas las circunstancias de hecho pertinentes. En concreto, un requisito de compra mínima impuesto a un nivel inferior al 80 % de las compras anuales totales equivaldrá a una obligación de marca única si tuviera por efecto impedir que los distribuidores trabajen con una o varias marcas adicionales de la competencia.

2. Distribución selectiva

- (42) La distribución selectiva es actualmente la forma predominante de distribución en el sector de los vehículos de motor. Su uso está generalizado en la distribución de vehículos de motor, así como en la reparación y mantenimiento y en la distribución de recambios.
- (43) En una distribución selectiva puramente cualitativa, los distribuidores y los talleres de reparación se seleccionan únicamente con arreglo a criterios objetivos impuestos por la naturaleza del producto o servicio, como las cualificaciones técnicas del personal de ventas, la configuración de los locales de venta, las técnicas de venta y el tipo de

servicio de venta que ha de proporcionar el distribuidor ⁽¹⁾. La aplicación de estos criterios no limita directamente el número de distribuidores o talleres de reparación admitidos en la red del proveedor. Se considera que, en general, la distribución selectiva puramente cualitativa queda fuera del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado por carecer de efectos contrarios a la competencia, siempre que se cumplan tres condiciones. En primer lugar, la naturaleza del producto de que se trate ha de requerir un sistema de distribución selectiva, en el sentido de que dicho sistema debe constituir una necesidad legítima, habida cuenta de la naturaleza del producto, para preservar su calidad y garantizar su uso correcto. En segundo lugar, los distribuidores o talleres de reparación han de ser seleccionados sobre la base de criterios objetivos de carácter cualitativo, establecidos de forma uniforme para todos los revendedores potenciales y que no puedan aplicarse de forma discriminatoria. En tercer lugar, los criterios establecidos no deben exceder de lo necesario.

- (44) Mientras que la distribución selectiva cualitativa implica la selección de distribuidores o talleres de reparación únicamente con arreglo a criterios objetivos impuestos por la naturaleza del producto o servicio, la selección cuantitativa añade otros criterios que limitan más directamente el número potencial de distribuidores o talleres de reparación, bien fijando directamente su número, bien, exigiendo, por ejemplo, un nivel mínimo de ventas. Se considera que las redes basadas en criterios cuantitativos suelen ser, por lo general, más restrictivas que las basadas únicamente en la selección cualitativa, y, en consecuencia, es más probable que entren dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado.
- (45) Si los acuerdos de distribución selectiva entran dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado, las partes tendrán que evaluar si sus acuerdos pueden acogerse a los Reglamentos de Exención por Categorías, o individualmente, a la excepción del artículo 101, apartado 3, del Tratado.
- i) *Evaluación de la distribución selectiva conforme a los Reglamentos de exención por categorías*
- (46) Los Reglamentos de exención por categorías eximen a los acuerdos de distribución selectiva, independientemente de que se utilicen criterios de selección cuantitativos o puramente cualitativos, siempre que las cuotas de mercado de las partes no excedan del 30 %. Sin embargo, dicha exención se condiciona a que el acuerdo no contenga ninguna de las restricciones especialmente graves contempladas en el artículo 4 del Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales y en el artículo 5

⁽¹⁾ Cabe recordar, no obstante, que, de conformidad con la jurisprudencia reiterada de los Tribunales europeos, los sistemas de distribución selectiva puramente cualitativa pueden, sin embargo, restringir la competencia cuando la existencia de un cierto número de estos sistemas no deje lugar alguno para otras formas de distribución basadas en un tipo de competencia diferente. Por lo general, una situación de esta índole no se planteará en los mercados de venta de vehículos de motor nuevos, en los que el arrendamiento financiero y otras fórmulas similares son una alternativa válida a la compra propiamente dicha de un vehículo de motor, ni en los mercados de reparación y mantenimiento, en la medida en que los talleres de reparación independientes ofrezcan a los consumidores un canal alternativo para el mantenimiento de sus vehículos de motor. Véase, por ejemplo, la Sentencia de 12 de diciembre de 1996, *Groupement d'achat Édouard Leclerc/Comisión* (T-88/92, Rec. 1996, p. II-1961).

del Reglamento de Exención por Categorías en el Sector de los Vehículos de Motor, así como ninguna de las restricciones excluidas descritas en el artículo 5 del Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales.

(47) Tres de las restricciones especialmente graves contempladas en el Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales se refieren específicamente a la distribución selectiva. El artículo 4, letra b), considera especialmente grave la restricción del territorio en el que, o de la clientela a la que, el comprador parte del acuerdo pueda vender los bienes o servicios contractuales, excepto la restricción de ventas por los miembros de un sistema de distribución selectiva a distribuidores no autorizados en los mercados en los que se aplique dicho sistema. El artículo 4, letra c), describe como restricciones especialmente graves los acuerdos que restringen las ventas activas o pasivas a los usuarios finales por parte de los miembros de un sistema de distribución selectiva que operen al nivel de comercio al por menor, sin perjuicio de la posibilidad de prohibir a un miembro del sistema que opere fuera de un lugar de establecimiento no autorizado, mientras que el artículo 4, letra d), se refiere a la restricción de los suministros cruzados entre distribuidores dentro de un sistema de distribución selectiva, inclusive entre distribuidores que operen a distintos niveles de actividad comercial. Estas tres restricciones especialmente graves revisten especial importancia para la distribución de vehículos de motor.

(48) El mercado único ha hecho posible que los consumidores compren vehículos de motor en otros Estados miembros y se beneficien de las diferencias de precios entre ellos. La Comisión, por su parte, considera que en este sector la protección del comercio paralelo es un objetivo importante desde el punto de vista de la competencia. La capacidad del consumidor para comprar bienes en otros Estados miembros es especialmente importante por lo que hace a los vehículos de motor, dado el alto valor del producto y los beneficios directos, en forma de precios más bajos, que revierten en los consumidores que compran vehículos de motor en otros lugares de la Unión. Así pues, la Comisión tiene especial interés en que los acuerdos de distribución no restrinjan el comercio paralelo, pues no se puede esperar que, si lo hacen, cumplan las condiciones establecidas en el artículo 101, apartado 3, del Tratado ⁽¹⁾.

(49) La Comisión ha actuado en varias ocasiones contra fabricantes de vehículos de motor por impedir dicho comercio paralelo y sus decisiones han sido confirmadas

⁽¹⁾ La idea de que las restricciones comerciales transfronterizas pueden perjudicar a los consumidores ha sido confirmada por el Tribunal en los asuntos C-551/03 P, *General Motors*, Rec. 2006, p. I-3173, apartados 67 y 68; C-338/00 P, *Volkswagen/Comisión*, Rec. 2003, p. I-9189, apartados 44 y 49; y T-450/05, *Peugeot/Comisión*, sentencia de 9 de julio de 2009, pendiente de publicación, apartados 46 a 49.

ampliamente por los Tribunales europeos ⁽²⁾. Esta experiencia pone de manifiesto que las restricciones del comercio paralelo pueden revestir distintas formas. Un proveedor puede, por ejemplo, presionar a los distribuidores, amenazarlos con rescindir el contrato, dejar de pagar las bonificaciones, negarse a respetar las garantías de los vehículos de motor importados por un consumidor o procedentes de suministros cruzados entre distribuidores establecidos en otros Estados miembros, o hacer que un distribuidor tenga que esperar un tiempo considerablemente mayor para la entrega de un vehículo de motor idéntico cuando el consumidor en cuestión reside en otro Estado miembro.

(50) Un ejemplo particular de restricciones indirectas al comercio paralelo se presenta cuando un distribuidor no puede obtener vehículos de motor nuevos con las especificaciones apropiadas necesarias para las ventas transfronterizas. En esas circunstancias concretas, el beneficio de la exención por categorías puede depender de que un proveedor facilite a sus distribuidores vehículos de motor con especificaciones idénticas a las de los vendidos en otros Estados miembros para la venta a consumidores de esos países (la llamada «cláusula de disponibilidad») ⁽³⁾.

(51) A efectos de la aplicación de los Reglamentos de Exenciones por Categorías, y en especial por lo que se refiere a la aplicación del artículo 4, letra c), del Reglamento de Exención General por Categorías para Acuerdos Verticales, el concepto de «usuarios finales» incluye a las empresas de arrendamiento financiero. Esto significa, en particular, que no se puede impedir que los distribuidores pertenecientes a sistemas de distribución selectiva vendan vehículos de motor nuevos a las empresas de arrendamiento financiero de su elección. Sin embargo, los proveedores que utilicen la distribución selectiva pueden impedir que sus distribuidores vendan vehículos de motor nuevos a empresas de arrendamiento financiero cuando exista un riesgo demostrable de que estas empresas revendan estos vehículos de motor siendo aún nuevos. Por consiguiente, un proveedor puede exigir a un concesionario que verifique, antes de vender a una empresa concreta, las condiciones de arrendamiento financiero aplicadas, a fin de comprobar que la empresa en cuestión es efectivamente una empresa de arrendamiento financiero y no un revendedor no autorizado. Sin embargo, imponer a un concesionario la obligación de facilitar a su proveedor copias de cada acuerdo de arrendamiento financiero antes de que el concesionario venda un vehículo de motor a una empresa de arrendamiento financiero podría equivaler a una restricción indirecta de las ventas.

(52) El concepto de «usuarios finales» abarca igualmente a los consumidores que compran a través de un intermediario. Un intermediario es una persona o una empresa que, sin ser miembro de la red de distribución, compra un vehículo de motor nuevo en nombre de un consumidor

⁽²⁾ Decisión 98/273/CE de la Comisión, de 28 de enero de 1998 (asunto IV/35.733 — VW); Decisión 2001/146/CE de la Comisión, de 20 de septiembre de 2000 (asunto COMP/36.653 — Opel), DO L 59 de 28.2.2001, p. 1; Decisión 2002/758/CE de la Comisión, de 10 de octubre de 2001 (asunto COMP/36.264 — Mercedes Benz), DO L 257 de 25.9.2002, p. 1; y Decisión 2006/431/CE de la Comisión, de 5 de octubre de 2005 (asuntos F-2/36.623/36.820/37.275 — SEP y otros/Peugeot SA).

⁽³⁾ Sentencia de 17 de septiembre de 1985, *Ford-Werke AG y Ford of Europe Inc./Comisión* (asuntos acumulados T-25/84 y T-26/84, Rec. 1985, p. 2725).

determinado. Dichos operadores desempeñan un papel importante en el sector de los vehículos de motor, sobre todo facilitando a los consumidores la compra de vehículos en otros Estados miembros. La prueba de que se es intermediario debe establecerse, por lo general, por medio de un mandato válido en el que figuren el nombre y la dirección del consumidor, obtenido con anterioridad a la transacción. El uso de Internet como medio para atraer a clientes hacia una gama dada de vehículos de motor y de recabar de ellos mandatos electrónicos no afecta al estatus de intermediario. Se debe distinguir entre intermediarios y revendedores independientes, que compran vehículos de motor para la reventa y no actúan en nombre de consumidores determinados. Los revendedores independientes no se deben considerar usuarios finales a efectos de los Reglamentos de Exenciones por Categorías.

ii) *Evaluación de la distribución selectiva fuera del ámbito de los Reglamentos de Exención por Categorías*

- (53) Según se explica en el apartado 175 de las Directrices generales sobre acuerdos verticales, los posibles riesgos para la competencia resultantes de la distribución selectiva son una reducción de la competencia intramarca y, especialmente en caso de efecto acumulativo, la exclusión del mercado de determinado tipo o tipos de distribuidores y la mayor facilidad para que exista colusión entre proveedores o compradores.
- (54) Para evaluar los posibles efectos anticompetitivos de la distribución selectiva de conformidad con el artículo 101, apartado 1, del Tratado, es necesario distinguir entre la distribución selectiva puramente cualitativa y la distribución selectiva cuantitativa. Como se indicó en el apartado 43, la distribución selectiva cualitativa no entra, por lo general, dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado.
- (55) El hecho de que una red de acuerdos no se acoja a la exención por categorías porque la cuota de mercado de una o varias de las partes supere el umbral del 30 % establecido para la exención, no implica que tales acuerdos sean ilegales. Sin embargo, las partes de dichos acuerdos deben someterlos a un análisis individual para verificar si entran dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado y, de ser así, si pueden acogerse, no obstante, a la excepción del artículo 101, apartado 3, del Tratado.
- (56) Por lo que se refiere a las características específicas de la distribución de vehículos de motor nuevos, la distribución selectiva cuantitativa cumplirá generalmente las condiciones establecidas en el artículo 101, apartado 3, del Tratado si las cuotas de mercado de las partes no exceden del 40 %. Sin embargo, las partes en tales acuerdos deben tener en cuenta que la presencia de normas particulares de selección puede afectar a la compatibilidad de sus acuerdos con el artículo 101, apartado 3, del Tratado. Por ejemplo, aunque el uso de cláusulas de situación en acuerdos de distribución selectiva para vehículos de motor nuevos, es decir acuerdos que contengan una prohibición impuesta a un miembro de un sistema de distribución selectiva de operar a partir de un lugar de establecimiento no autorizado, suele reportar ventajas en forma de eficiencia consistentes en una logística más eficaz y una cobertura de red previsible, estas ventajas pueden verse sobrepasadas por desventajas si la cuota de mercado del proveedor es muy alta, en cuyo caso es posible que tales cláusulas
- no se puedan acoger a la excepción del artículo 101, apartado 3, del Tratado.
- (57) La evaluación individual de la distribución selectiva en lo que respecta a los talleres de reparación autorizados también suscita cuestiones específicas. En la medida en que existe un mercado ⁽¹⁾ de servicios de reparación y mantenimiento separado del de la venta de vehículos de motor nuevos, se considera que es un mercado específico por marcas. En este mercado, la principal fuente de competencia resulta de la interacción competitiva entre talleres de reparación independientes y talleres de reparación autorizados de la marca en cuestión.
- (58) Los talleres de reparación independientes, en particular, ejercen una presión competitiva vital, pues sus modelos empresariales y sus costes de funcionamiento asociados son diferentes de los de las redes autorizadas. Por otra parte, a diferencia de los talleres de reparación autorizados, que utilizan en gran medida recambios de la marca del fabricante de automóviles, los talleres independientes recurren más a otras marcas, permitiendo así a los propietarios de los vehículos de motor elegir entre recambios de la competencia. Además, dado que la gran mayoría de las reparaciones de los vehículos de motor más nuevos se lleva a cabo actualmente en talleres de reparación autorizados, es importante que la competencia entre talleres de reparación autorizados siga siendo efectiva, lo que solo puede ocurrir si las nuevas empresas que empiezan a operar en el mercado siguen teniendo acceso a las redes.
- (59) El nuevo marco jurídico facilita que la Comisión y las autoridades nacionales de competencia protejan la competencia entre talleres independientes y talleres de reparación autorizados, así como entre los miembros de cada red de talleres de reparación autorizados. En concreto, la reducción del umbral de cuota de mercado para la exención de la distribución selectiva cualitativa desde un 100 % hasta un 30 % amplía el ámbito de actuación de las autoridades de competencia.
- (60) Al evaluar el impacto competitivo de los acuerdos verticales en los mercados posventa de los vehículos de motor, las partes deben ser conscientes, por tanto, de que la Comisión está decidida a preservar la competencia tanto entre los miembros de las redes de talleres de reparación

⁽¹⁾ En algunas circunstancias, podría definirse un mercado que abarcara tanto los vehículos de motor como los recambios, teniendo en cuenta, entre otras cosas, la vida útil del vehículo, así como las preferencias y los hábitos de compra de los usuarios. Véase la Comunicación de la Comisión relativa a la definición de mercado de referencia a efectos de la normativa comunitaria en materia de competencia, DO C 372 de 9.12.1997, p. 5, apartado 56. Un factor importante es si una proporción significativa de compradores toma su decisión teniendo en cuenta o no los costes durante la vida útil del vehículo. Así, por ejemplo, el comportamiento de compra puede diferir notablemente entre los compradores de camiones que compran y gestionan una flota, que tienen en cuenta los costes de mantenimiento en el momento de la compra del vehículo, y los compradores de vehículos de motor individuales. Otro factor pertinente es la existencia y la posición relativa de los proveedores de recambios, talleres de reparación y/o distribuidores de recambios que operan en el mercado posventa, independientemente de los fabricantes de vehículos de motor. En la mayoría de los casos, es probable que haya un mercado posventa específico por marca, en especial porque la mayoría de los compradores son particulares o pequeñas y medianas empresas que compran vehículos de motor y servicios de posventa por separado y no tienen acceso sistemático a datos que les permitan evaluar por adelantado los costes globales que entraña la propiedad de un vehículo.

autorizados como entre esos miembros y los talleres de reparación independientes. A tal fin, se debe prestar especial atención a tres tipos de conductas específicas que pueden restringir dicha competencia, impidiendo que los talleres de reparación independientes tengan acceso a la información técnica, aplicando de forma incorrecta las garantías legales y/o ampliadas para excluir a los talleres de reparación independientes, o supeditando el acceso a las redes de talleres de reparación autorizados a criterios no cualitativos.

- (61) Aunque las tres subdivisiones siguientes hacen referencia específicamente a la distribución selectiva, los mismos efectos anticompetitivos de exclusión podrían resultar de otros tipos de acuerdos verticales que limitan directa o indirectamente el número de socios proveedores de servicios de mantenimiento vinculados contractualmente a un fabricante de vehículos de motor.

Acceso a la información técnica por parte de operadores independientes

- (62) Se considera que, en general, la distribución selectiva puramente cualitativa queda fuera del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado, por carecer de efectos contrarios a la competencia⁽¹⁾, los acuerdos de distribución selectiva cualitativa celebrados con talleres de reparación y/o distribuidores de recambios autorizados pueden entrar dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado, si, en el contexto de esos acuerdos, una de las partes actúa de forma que excluye del mercado a los operadores independientes, por ejemplo al no comunicarles la información técnica necesaria para las reparaciones y el mantenimiento. En dicho contexto, el concepto de operadores independientes incluye a los talleres de reparación, los fabricantes y distribuidores de recambios 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 ensayo y los operadores que imparten formación a los talleres de reparación.
- (63) Los proveedores suministran a sus talleres de reparación autorizados toda la información técnica necesaria para reparar los vehículos de motor de sus marcas y realizar labores de mantenimiento de los mismos y son a menudo las únicas empresas que pueden suministrar a los talleres de reparación toda la información técnica que necesitan sobre las marcas en cuestión. En estas circunstancias, si el proveedor no facilita a los operadores independientes un acceso apropiado a la información técnica relativa a las reparaciones y el mantenimiento de su marca, pueden agravarse los posibles efectos negativos resultantes de sus acuerdos con talleres de reparación y/o distribuidores de recambios autorizados, de modo que los acuerdos entrarían dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado.

⁽¹⁾ Como se indicó en el apartado 54, así sucede, por lo general, en los mercados de reparación y mantenimiento, siempre que los talleres de reparación independientes ofrezcan a los consumidores un canal alternativo para el mantenimiento de sus vehículos de motor.

- (64) Por otra parte, la falta de acceso a la información técnica necesaria puede debilitar la posición de mercado de los operadores independientes, en detrimento de los consumidores, lo que se traduciría en una reducción significativa de las posibilidades de elección de recambios, un encarecimiento de los precios de los servicios de reparación y mantenimiento, una reducción de las posibilidades de elección de talleres de reparación y potenciales problemas de seguridad. En dichas circunstancias, las eficiencias que cabría esperar normalmente de resultados de los acuerdos de reparación y distribución de recambios autorizados no bastarían para compensar estos efectos anticompetitivos, de modo que los acuerdos en cuestión no cumplirían las condiciones fijadas en el artículo 101, apartado 3, del Tratado.

- (65) El Reglamento (CE) n° 715/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2007, sobre la homologación de tipo de los vehículos de motor por lo que se refiere a las emisiones procedentes de turismos y vehículos de motor comerciales ligeros (Euro 5 y Euro 6) y sobre el acceso a la información relativa a la reparación y el mantenimiento de los vehículos de motor⁽²⁾, y el Reglamento (CE) n° 692/2008 de la Comisión, de 18 de julio de 2008, por el que se aplica y modifica el Reglamento (CE) n° 715/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre la homologación de tipo de los vehículos de motor por lo que se refiere a las emisiones procedentes de turismos y vehículos de motor comerciales ligeros (Euro 5 y Euro 6) y sobre el acceso a la información relativa a la reparación y el mantenimiento de los vehículos de motor⁽³⁾, establecen un sistema para difundir la información relativa a la reparación y el mantenimiento de turismos comercializados a partir del 1 de septiembre de 2009. El Reglamento (CE) n° 595/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2009, relativo a la homologación de los vehículos de motor y los motores en lo concerniente a las emisiones de los vehículos de motor pesados (Euro 6) y al acceso a la información sobre reparación y mantenimiento de vehículos de motor⁽⁴⁾, y las subsiguientes medidas de ejecución establecen dicho sistema por lo que se refiere a los vehículos de motor comerciales comercializados a partir del 1 de enero de 2013. La Comisión tendrá en cuenta estos Reglamentos a la hora de evaluar casos de presunta retención de información técnica relativa a las reparaciones y al mantenimiento de vehículos de motor comercializados antes de dichas fechas. Al considerar si la ocultación de un determinado dato de información puede llevar a que los acuerdos entren dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado, deben tenerse en cuenta una serie de factores, a saber:

- a) si el dato en cuestión consiste en información técnica o información de otro tipo, por ejemplo información comercial⁽⁵⁾, cuya ocultación puede ser legítima;

⁽²⁾ DO L 171 de 29.6.2007, p. 1.

⁽³⁾ DO L 199 de 28.7.2008, p. 1.

⁽⁴⁾ DO L 188 de 18.7.2009, p. 1.

⁽⁵⁾ Puede entenderse por información comercial la información que se utiliza para gestionar negocios de reparación y mantenimiento, pero que no es necesaria para la reparación o el mantenimiento de vehículos de motor. Podrían citarse, a título de ejemplo, los programas informáticos de facturación o la información sobre las tarifas por hora que se aplican en la red autorizada.

- b) si la ocultación de esta información técnica en cuestión tendrá un impacto apreciable en la capacidad de los operadores independientes para llevar a cabo sus tareas y ejercer una presión competitiva en el mercado;
- c) si el elemento de información técnica en cuestión se pone a disposición de los miembros de la red de talleres de reparación autorizados pertinente; si se pone a disposición de la red autorizada en cualquiera forma, también debería ponerse a disposición de los operadores independientes de forma no discriminatoria;
- d) si la información técnica en cuestión se utilizará en último término ⁽¹⁾ para la reparación y el mantenimiento de vehículos de motor o para otro fin ⁽²⁾, como la fabricación de recambios o herramientas.
- (66) Como consecuencia del progreso tecnológico, el concepto de información técnica es variable. Actualmente se pueden citar como ejemplos de información técnica los programas informáticos, los códigos de errores y otros parámetros, así como las actualizaciones recomendadas por el proveedor, necesarias para trabajar en unidades de control electrónico a fin de introducir o restablecer los parámetros, los números de identificación o cualquier otro método de identificación de vehículos de motor, los catálogos de piezas, los procedimientos de reparación y mantenimiento, las soluciones fruto de la experiencia práctica para resolver problemas específicos de un modelo o lote determinado y los avisos de llamada a revisión y otros avisos de reparaciones que pueden llevarse a cabo de forma gratuita en la red de talleres de reparación autorizados. Constituye igualmente información técnica el código de la pieza de recambio, así como cualquier otra información necesaria para identificar el recambio correcto de la marca del fabricante apto para un vehículo determinado (es decir, el recambio que el fabricante de automóviles suministraría, por lo general, a los miembros de sus redes autorizadas de reparación para reparar el vehículo en cuestión) ⁽³⁾. La lista de elementos contemplada en el artículo 6, apartado 2, del Reglamento (CE) n° 715/2007 y del Reglamento (CE) n° 595/2009 también debería utilizarse como orientación sobre lo que la Comisión considera información técnica a efectos de la aplicación del artículo 101 del Tratado.

- (67) La forma en que se facilita la información técnica también es importante para evaluar la compatibilidad de los

⁽¹⁾ Por ejemplo, la información facilitada a editoriales para que estas, a su vez, la distribuyan entre los talleres de reparación de vehículos de motor.

⁽²⁾ La información destinada a la colocación de un recambio o a la utilización de una herramienta en un vehículo de motor debe considerarse que se destina a la reparación y mantenimiento, mientras que la información correspondiente al diseño, proceso de producción o a los materiales utilizados para la fabricación de un recambio deben considerarse no incluidos en esta categoría y podrán por tanto omitirse.

⁽³⁾ El operador independiente no debería tener que comprar el recambio en cuestión para poder obtener esta información.

acuerdos sobre talleres de reparación autorizados con el artículo 101 del Tratado. El acceso debe darse cuando se solicite y sin retraso injustificado, la información debe facilitarse de forma que pueda utilizarse y el precio cobrado no debe disuadir del acceso a la misma por no tener en cuenta en qué medida la utiliza el operador independiente. El proveedor de vehículos de motor debe estar obligado a dar a los operadores independientes acceso a la información técnica sobre vehículos de motor nuevos al mismo tiempo que lo da a sus talleres de reparación autorizados y no debe obligar a los operadores independientes a recibir más información de la necesaria para llevar a cabo el trabajo de que se trate. El artículo 101 del Tratado, sin embargo, no obliga a un proveedor a facilitar información técnica en un formato normalizado o utilizando un sistema técnico definido, como la norma CEN/ISO y el formato OASIS como prevén el Reglamento (CE) n° 715/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n° 295/2009 de la Comisión, de 18 marzo 2009, relativo a la clasificación de determinadas mercancías en la nomenclatura combinada ⁽⁴⁾.

- (68) Las anteriores consideraciones también se aplican a la disponibilidad de herramientas y de formación para los operadores independientes. El acceso a herramientas incluye el acceso a herramientas electrónicas de diagnóstico y otras herramientas de reparación, con los correspondientes programas informáticos, sus actualizaciones periódicas y los servicios posventa de dichas herramientas.

Uso incorrecto de las garantías

- (69) Los acuerdos de distribución selectiva cualitativa también pueden entrar dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado, si el proveedor y los miembros de su red autorizada explícita o implícitamente reservan las reparaciones de determinadas categorías de vehículos de motor a los miembros de la red autorizada. Esto podría suceder, por ejemplo, si se condiciona la garantía, legal o ampliada, del fabricante respecto al comprador a que el usuario final encargue los trabajos de reparación y mantenimiento que no están cubiertos por la garantía a redes autorizadas de reparación. Lo mismo se aplica a las condiciones de garantía que prescriben el uso de la marca de recambios del fabricante por lo que se refiere a sustituciones no cubiertas por las condiciones de garantía. También parece dudoso que los acuerdos de distribución selectiva que contengan estas prácticas puedan reportar a los consumidores beneficios que hagan posible que los acuerdos en cuestión se acojan a la excepción del artículo 101, apartado 3, del Tratado. Sin embargo, si un proveedor se niega legítimamente a dar curso a una solicitud de hacer valer la garantía debido a que la situación que da lugar a la solicitud en cuestión está ligada de forma causal a un fallo de un taller de reparación a la hora de realizar una determinada operación de reparación o mantenimiento de manera correcta o al uso de recambios de mala calidad, esto no tendrá ninguna repercusión en la compatibilidad de los acuerdos de reparación del proveedor con las normas de competencia.

⁽⁴⁾ DO L 95 de 9.4.2009, p. 7.

Acceso a redes de talleres de reparación autorizados

- (70) La competencia entre talleres de reparación autorizados e independientes no es la única forma de competencia que se ha de tener en cuenta al analizar la compatibilidad con el artículo 101 del Tratado de los acuerdos relativos a talleres de reparación autorizados. Las partes también deben evaluar hasta qué punto pueden competir entre sí los talleres de reparación autorizados de la red pertinente. Uno de los principales factores que inducen esta competencia guarda relación con las condiciones de acceso a la red establecidas de conformidad con los acuerdos estándar relativos a los talleres de reparación autorizados. Teniendo en cuenta que, por lo general, las redes de talleres de reparación autorizados ostentan una posición fuerte en el mercado, que son de especial importancia para los propietarios de los vehículos de motor más nuevos y que los consumidores no están dispuestos a recorrer grandes distancias para reparar su coche, la Comisión considera importante que el acceso a las redes de talleres de reparación autorizados deba seguir estando abierto, en general, a todas las empresas que cumplan unos criterios de calidad definidos. Es probable que el hecho de someter a los solicitantes a una selección cuantitativa haga que el acuerdo entre dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado.
- (71) Cuando los acuerdos obligan a los talleres de reparación autorizados a vender también vehículos de motor nuevos

se plantea un caso particular. Probablemente estos acuerdos entrarían dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado, puesto que la naturaleza de los servicios contractuales no impone la obligación en cuestión. Por otra parte, para una marca establecida, los acuerdos que contengan una obligación de ese tipo no podrían, por lo general, acogerse a la excepción del artículo 101, apartado 3, del Tratado, ya que su impacto sería restringir gravemente el acceso a la red de talleres de reparación autorizados, con la consiguiente reducción de la competencia, sin que ello reporte unos beneficios de orden comparable para los consumidores. Sin embargo, en determinados casos, un proveedor que desee lanzar una marca en un determinado mercado geográfico puede, en un primer momento, encontrar dificultades para captar distribuidores dispuestos a realizar la inversión necesaria, a menos que puedan estar seguros de que no se enfrentarán a la competencia de talleres de reparación autorizados «autónomos» que pretendan parasitar estas inversiones iniciales. En dichas circunstancias, el hecho de vincular contractualmente ambas actividades durante un periodo de tiempo limitado tendrá un efecto favorable a la competencia en el mercado de la venta de vehículos de motor, al permitir el lanzamiento de una nueva marca, y no tendrá ningún efecto en el mercado potencial de reparación específico de la marca, que en cualquier caso no existiría si no pudieran venderse los vehículos de motor. Así pues, no sería probable que los acuerdos en cuestión entraran dentro del ámbito de aplicación del artículo 101, apartado 1, del Tratado.