

Il mercato automobilistico¹

Per calcolare le quote di mercato di una impresa occorre circoscrivere, in base a particolari criteri derivati dalla scienza economica², il *mercato rilevante*. Questo è formato dal mercato del prodotto nel mercato geografico di riferimento. La Commissione europea offre proprie indicazioni³ sul modo in cui utilizza il concetto di mercato rilevante in sede di applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza. Precisa, tuttavia, che la sua interpretazione non pregiudica l'interpretazione che ne potrà essere data dalla Corte di giustizia dell'Unione europea.

Il mercato geografico è un'area nella quale i partecipanti all'intesa forniscono i beni ed i servizi rilevanti ed ove sono rilevate condizioni omogenee, di modo che essa può essere tenuta distinta dalle zone geografiche contigue, per l'assenza di significative possibilità di sostituzione geografica. Tra gli elementi pertinenti per la determinazione del mercato geografico rientrano la natura e

¹Si riassumono per comodità di lettura i principali documenti richiamati nel testo:
-Regolamento n. 330/2010/UE della Commissione, del 20 aprile 2010, relativo all'applicazione dell'articolo 101, paragrafo 3, del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea a categorie di accordi verticali e pratiche concordate, in *Guce* n. L 102 del 23 aprile 2010, p. 1 ss. Esso sostituisce il regolamento n. 2790/1999/CE della Commissione, del 22 dicembre 1999, relativo all'applicazione dell'articolo 81, paragrafo 3, del Trattato CE a categorie di accordi verticali e pratiche concordate, in *Guce* n. L 336 del 29 dicembre 1999, p. 21 ss. Il nuovo regolamento è poi completato da linee guida denominate: Orientamenti sulle restrizioni verticali formulati dalla Commissione europea e pubblicati in *Guce* n. C 130 del 19 maggio 2010, p. 1 ss. Tali Orientamenti subentrano alle Linee direttrici sulle restrizioni verticali, in *Guce* n. C 291 del 13 ottobre 2000, p. 1 ss.

-Regolamento n. 461/2010/UE della Commissione del 27 maggio 2010, relativo all'applicazione dell'articolo 101, paragrafo 3, del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea a categorie di accordi verticali e pratiche concordate nel settore automobilistico, in *Guce* n. L 129 del 28 maggio 2010, p. 52 ss. Anche in questo caso, l'atto normativo è accompagnato dagli Orientamenti aggiuntivi in materia di restrizioni verticali negli accordi per la vendita e la riparazione di autoveicoli e per la distribuzione di pezzi di ricambio per autoveicoli, in *Guce* n. L 138 del 28 maggio 2010, p. 16 ss. (di seguito: "Orientamenti per il settore automobilistico").

-Regolamento n. 1400/2002/CE della Commissione del 31 luglio 2002, relativo all'applicazione dell'articolo 81, paragrafo 3, del Trattato a categorie di accordi verticali e pratiche concordate nel settore automobilistico, in *Guce* n. L 203 del 1° agosto 2002, pp. 30 – 41. Il regolamento era accompagnato da un Opuscolo Esplicativo sulla distribuzione e servizi di assistenza degli autoveicoli nell'Unione europea, DG Concorrenza, in *Guce* n. L. 203 del 1° agosto 2002, p. 30.

² Il test è definito "SSNIP"; per una descrizione ed una applicazione pratica del test, v., F. VERBOVEN, *Quantitative study to define the relevant market in the passenger car sector*, 17 september 2002, consultabile alla pagina internet:

http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/documents/study01.pdf.

³ V. Comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza, in *Guce* n. C 372 del 9 dicembre 1997, p. 5 -13. Essa, sostanzialmente, recepisce gli orientamenti della giurisprudenza comunitaria.

le caratteristiche dei beni e servizi di cui trattasi, l'incidenza dei costi di trasporto, l'esistenza di altri ostacoli all'entrata, le preferenze dei consumatori, sensibili differenze delle quote di mercato delle imprese tra aree geografiche contigue, sostanziali differenze di prezzo.

È tuttora incerto se - nel settore automobilistico - si possa configurare un mercato geografico corrispondente al mercato interno dell'Unione od ai singoli mercati nazionali⁴.

In numerose decisioni della Commissione Europea manca una valutazione del mercato geografico perché non necessaria; discutendosi di restrizioni che riguardano l'oggetto dell'intesa la constatazione di questa violazione è già sufficiente per ritenere violato il par. 1 dell'art. 101 TFUE (Trattato sul funzionamento dell'Unione europea), sia essa accertata su un mercato nazionale che su un mercato più grande⁵.

In riferimento al prodotto (che comprende sia i beni che i servizi), i mercati considerati dalla normativa *antitrust* nel settore automobilistico (ed, in particolare, dal regolamento n. 1400/2002/Ce) sono tre: quello della vendita delle autovetture, quello della vendita dei pezzi di ricambio e quello dell'assistenza post-vendita.

Non si esclude che - in determinati casi - alcuni mercati possano essere aggregati. Si è, infatti, contestato che si possa sempre individuare un mercato dei pezzi di ricambio separato da quello delle autovetture ed ipotizzato che il mercato delle vetture attragga quello dei pezzi di ricambio. Nella sostanza, vetture e ricambi potrebbero costituire un unico mercato, in quanto valutati come *sistema unitario*⁶.

La Commissione ha precisato⁷ che si giungerà a delimitare un mercato più ristretto dei prodotti secondari, per esempio, dei pezzi di ricambio, quando la compatibilità con i prodotti originari è un requisito essenziale. La difficoltà di trovare prodotti secondari compatibili, combinata con l'esistenza di prezzi elevati e con la lunghezza della vita utile dei prodotti primari, può infatti rendere redditizio l'aumento dei prezzi relativi dei prodotti secondari. Il

⁴V., F. VERBOVEN, *Quantitative study to define the relevant market in the passenger car sector*, cit. supra, nota 2, ove, alle conclusioni, precisa che: "This report has studied the relevant antitrust market(s) in five countries of the European passenger car sector. First, the available research from other studies leads to the conclusion that the relevant geographic markets can be reasonably defined at the level of the national countries.(..).

E' probabilmente un mercato nazionale quello anglosassone per le vetture con guida a destra, utilizzate solo in quel paese.

⁵V. decisione della Commissione del 5 ottobre 2005, *Automobiles Peugeot SA e di Peugeot Nederland NV*, casi COMP/E2/36623, 36820, 37275 - SEP e altri / *Automobiles Peugeot SA.*, in *Guue* n. L 173/20 del 27 giugno 2006.

⁶V. par. n. 57, Orientamenti per il settore automobilistico, cit. supra, nota 1. La tesi sembra più forte nel caso della vendita di autocarri ove il costo del pezzo di ricambio incide nella scelta di acquisto del prodotto principale. Nel caso *Kodak (Eastman Kodak Co. v. Image Technical Services Inc.*, 112 S.Ct.2072 (1992), in *Foro it.* 1993, IV, 84 ss.), si opta addirittura per l'identificazione di un mercato principale dei pezzi di ricambio per fotocopiatrici.

⁷V. par. 56 della Comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza, cit. supra, nota 3.

mercato verrà delimitato in modo diverso se invece esiste una significativa fungibilità dei prodotti secondari o se le caratteristiche del prodotto primario facilitano una reazione rapida e diretta dei consumatori agli incrementi dei prezzi relativi dei prodotti secondari.

Non si esclude nemmeno che non si possa rilevare un distinto mercato del post-vendita e che, pertanto, questo mercato rimanga assorbito da quello della vendita. Gli effetti potrebbero essere rilevanti perché il costruttore detiene, generalmente, nella vendita quote di mercato minori. Il caso potrebbe essere quello di un piccolo costruttore con una esigua rete di riparatori autorizzati molto specializzati⁸.

Il mercato della vendita delle vetture

Nel recente passato il mercato automobilistico presentava ancora una non omogenea struttura, essendo ancora rilevabili elevate ed ingiustificate differenze di prezzo negli Stati dell'Unione europea⁹. Le cause del differenziale sono state individuate in fattori che si sono sviluppati in modo diverso: la pressione fiscale, i gusti del consumatore, la profittabilità del mercato, i costi fissi del distributore, i costi del trasporto, il tipo di allestimento delle vetture, ecc.¹⁰.

Attualmente il mercato è sufficientemente concorrenziale, in relazione alla presenza di almeno un altro canale di approvvigionamento (oltre ai concessionari ed agli importatori paralleli) cui può facilmente accedere il consumatore: le società di *leasing*¹¹ o di locazione a breve ed a lungo termine. Inoltre, il sistema distributivo deve lasciare aperti almeno 3 canali di arbitraggio¹².

⁸ V. nota 50 della Comunicazione della Commissione, Il futuro quadro normativo in materia di concorrenza applicabile al settore automobilistico, alla pagina Internet: <http://www.senato.it/documenti/repository/dossier/affariinternazionali/2009/Dossier%2043DN.pdf>.

V., inoltre, par. 94 e 95 delle Linee direttrici sulle restrizioni verticali, *cit. supra*, nota 1; in particolare, al par. 94, si precisa che se il produttore fornisce sia il prodotto assemblato che i pezzi di ricambio tale fornitore sarà spesso l'unico o il principale fornitore del mercato della riparazione al cliente finale, ove si considerino separatamente i due mercati. Al par. 96, lettera (iii) si rileva che "nei casi di valutazione individuale del mercato secondario post-vendita, il mercato rilevante può essere, a seconda delle circostanze, il mercato del prodotto assemblato o quello secondario.

⁹Le differenze di prezzo vengono costantemente monitorate dalla Commissione europea, v. pagina Internet: http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/prices/report.html.

¹⁰Altri fattori sono individuati nel calo dei prezzi reali degli autoveicoli nuovi, nell'ingresso di nuove marche e nell'oscillazione delle quote di mercato dei costruttori.

¹¹Secondo alcuni autori la forte inclinazione dei costruttori di vetture a vendere direttamente alle imprese di *leasing* e noleggio vetture che poi entrano sul mercato a "km zero" costituisce un chiaro abuso del sistema selettivo. L'aspetto non risulta sufficientemente indagato dalla Commissione europea, pur meritando un approfondimento.

¹² In riferimento al regolamento n. 2790/1999/Ce, ma il discorso non cambia con quello successivo, si ritiene che, indipendentemente dal regime di distribuzione adottato (selettiva o esclusiva) tre dei quattro possibili canali di arbitraggio (vendite

La Commissione europea segnala che buoni risultati hanno portato l'abrogazione della Comunicazione relativa agli intermediari del settore che contingentava le quote attribuite agli intermediari¹³ ed il divieto di restrizioni delle vendite attive e passive da parte dei distributori nei confronti dei clienti finali nei sistemi di distribuzione selettiva (in questi sistemi l'unica restrizione delle vendite consentita è quella ai distributori concorrenti), divieto¹⁴ inserito nei regolamenti di esenzione per categoria emessi in funzione del par. 3 dell'art. 101 TFUE.

Di questo mercato fanno parte pochi costruttori che generalmente non detengono quote di mercato superiori al 30%¹⁵. La quota si calcola sul mercato in cui l'acquirente (concessionario) effettua l'acquisto: esso è tuttavia influenzato, nel caso della vendita di prodotti finali, dal gusto del cliente finale¹⁶. Per tale motivo, per determinarlo, generalmente si usa un paniere di vetture considerate, sotto il profilo della domanda (cliente finale), corrispondenti (sostituibili)¹⁷ per caratteristiche, prestazioni, prezzo e qualità. Per praticità si fa spesso riferimento ai segmenti da tempo utilizzati dalla stampa specializzata per descrivere gruppi di vetture omogenee¹⁸. Il segmento diviene il mercato rilevante del prodotto.

Tuttavia, anche creando un paniere che comprenda una serie di prodotti sostituibili tenendo conto di molti parametri¹⁹, si assiste, in

passive, vendite attive, vendite all'interno della rete, vendite all'esterno della rete) debbano comunque sempre essere lasciati aperti. Sul punto, v. par. 189, Linee direttrici sulle restrizioni verticali, *cit. supra*, nota 1.

¹³V. Comunicazione della Commissione relativa al regolamento n. 123/1985/Cee del 18 dicembre 1991, in *Guce* n. 329 del 18 gennaio 1985, p. 4 e Comunicazione della Commissione del 4 dicembre 1991 sull'attività di vendita degli intermediari del settore automobilistico, in *Guce* n. C 329 del 18 dicembre 1991, p. 6 ss. Sugi intermediari del settore automobilistico, v. la sentenza della Corte di giustizia del 15 febbraio 1996, in causa n. C-309/94, *Nissan France c. Garage du Sport*, in *Raccolta*, 1996, p. I-677; nonché la sentenza della Corte di giustizia del 16 giugno 1994, in causa n. C-322/93 P, *Automobiles Peugeot c. Commissione delle Comunità europee*, in *Raccolta*, 1994, p. I-2727.

¹⁴V., ad es., art. 4 del regolamento n. 2790/1999/Ce, *cit. supra*, nota 1.

¹⁵Ci sono poche eccezioni che si determinano quando un costruttore possiede vari marchi molto radicati nel territorio.

¹⁶V. par. 91 delle Linee direttrici sulle restrizioni verticali, *cit. supra*, nota 1.

¹⁷La sostituibilità è calcolata in base alla elasticità incrociata della domanda, ovvero alla percentuale di variazione della domanda di un prodotto se viene aumentato del 5%-10% il prezzo concorrenziale degli altri prodotti. La sostituibilità del prodotto non deve essere necessariamente perfetta, v. decisione della Commissione del 9 Novembre 1983, in causa n. C322/81, *Michelin c. Commissione*, in *Raccolta* 1983, pag. 3461.

¹⁸V. la valutazione della Commissione europea nella procedura di concentrazione n° IV/M.1519, *Nissan – Renault*, in data 12 maggio 1999, alla pagina Internet:

http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m1519_en.pdf.

V. decisione *Automobiles Peugeot SA e di Peugeot Nederland NV*, *cit. supra*, nota 3, ove: “il mercato degli autoveicoli ad uso privato si divide in un certo numero di segmenti. (...) I segmenti vicini si possono accavallare, formando un unico mercato rilevante”.

Va precisato che la normativa sulle omologazioni delle vetture (direttiva n. 46/2007/Ce) distingue le vetture in altro modo: categoria M1 (veicolo con non più di 8 posti), categoria M2 (veicoli con più di 8 posti), ecc.

¹⁹Tra essi: le caratteristiche del bene, il prezzo, costi aggiuntivi, ecc.

ambito automobilistico, ad una marcata *differenziazione orizzontale* per prodotto. Per un affezionato cliente di una vettura Ferrari, Maserati o Lamborghini essa è sostanzialmente scarsamente sostituibile con una di diversa marca, anche se con stesso prezzo o stesse caratteristiche. Il cliente, infatti, comperando una di queste vetture compera un pezzetto di storia dell'automobilismo non condivisibile con altri prodotti²⁰. Anche per prodotti di più basso livello (cd. prodotti di marche generaliste) il marchio presenta, in alcuni casi, elementi attrattivi che portano ad una differenziazione del prodotto in ambito orizzontale²¹.

Il regolamento n. 1400/2002/Ce²² ha previsto, come metodo di calcolo, quello dei volumi (numero) delle vendite della marca sul mercato rilevante. Il regolamento n. 330/2010/Ue applica il diverso criterio del valore delle vendite (fatturato della marca) sul mercato rilevante²³. Poiché in questo regolamento la quota di mercato deve essere rilevata a livello sia del produttore che dell'acquirente, si

²⁰Sono indicativi della forza della marca i messaggi molto evocativi di certe case automobilistiche, v. ad esempio quello di Bentley, sul sito aziendale. "*Bentley is not just the state of the art factory facility and breathtaking cars. Bentley is living and breathing...*". Chiaramente vengono presi in considerazione altri elementi, ma la decisione d'acquisto risulta molto influenzata dalla marca.

²¹Certi marchi vengono, infatti, associati a valori di mercato molto rilevanti nella scelta di acquisto di una vettura: affidabilità, prezzo dell'usato, ecc. Non vengono qui esaminate ulteriori forme di fidelizzazione del cliente che hanno la funzione di legarlo alla marca anche nella scelta d'acquisto: si consideri, ad esempio, certe garanzie commerciali di lunga durata.

²²V. art. 8, par. 1, regolamento n. 1400/2002/Ce, *cit. supra*, nota 1: "Le quote di mercato di cui al presente regolamento vengono calcolate come segue: a) per la distribuzione di autoveicoli nuovi, *sulla base del volume dei beni* oggetto del contratto e dei beni corrispondenti venduti dal fornitore, nonché di tutti gli altri beni venduti dal fornitore che sono considerati dall'acquirente intercambiabili in ragione delle caratteristiche dei prodotti, dei loro prezzi e dell'uso al quale sono destinati; b) per la distribuzione di pezzi di ricambio, sulla base del valore dei beni oggetto del contratto e di altri beni venduti dal fornitore, nonché di tutti gli altri beni venduti dal fornitore che sono considerati dall'acquirente intercambiabili in ragione delle caratteristiche dei prodotti, dei loro prezzi e dell'uso al quale sono destinati; c) per la fornitura di servizi di riparazione e manutenzione, sulla base del valore dei beni oggetto del contratto venduti dai membri della rete di distribuzione del fornitore, nonché di tutti gli altri beni venduti da tali membri che sono considerati dall'acquirente intercambiabili in ragione delle caratteristiche dei prodotti, dei loro prezzi e dell'uso al quale sono destinati. Qualora i dati in volume necessari per questi calcoli non siano disponibili, è possibile utilizzare dati in valore e viceversa. Qualora tali informazioni non siano disponibili, è possibile utilizzare stime basate su informazioni di mercato affidabili. Ai fini dell'articolo 3, paragrafo 2, il calcolo della quota di mercato viene effettuato sulla base del volume o del valore degli acquisti sul mercato oppure in base ad una stima di questi". Corsivo aggiunto.

²³V. art. 7, regolamento n. 330/2010/Ue, *cit. supra*, nota 1: "Ai fini dell'applicazione delle soglie di quota di mercato di cui all'articolo 3 si applica quanto segue: a) la quota di mercato del fornitore viene calcolata sulla base dei dati relativi *al valore delle vendite* sul mercato e la quota di mercato dell'acquirente viene calcolata sulla base dei dati relativi al valore degli acquisti sul mercato. Qualora non siano disponibili dati relativi al valore delle vendite o al valore degli acquisti sul mercato, la quota di mercato dell'impresa interessata può essere stabilita usando stime basate su altre affidabili informazioni di mercato, ivi compresi i volumi delle vendite e degli acquisti sul mercato". Corsivo aggiunto.

presentava la possibilità di utilizzare, per rilevare la quota, il mercato in cui il concessionario acquista il prodotto dal fornitore (mercato “a monte”) o il mercato in cui il concessionario rivende al consumatore il prodotto (mercato “a valle”)²⁴. La scelta è caduta sul primo²⁵ (se i produttori vendono le vetture direttamente alle società di locazione o *leasing*, attraverso una distribuzione diretta, nel mercato “a valle” la quota di mercato dei concessionari è minore, subendo la concorrenza di questi). Va, infine, precisato che il sistema di calcolo delle quote è complicato dalla necessità di considerare, entro la quota del fornitore, anche le imprese collegate (art. 1, n. 2 del regolamento n. 461/2010/Ue). Sono imprese collegate quelle sulle quali le imprese considerate esercitano, di fatto o di diritto, il controllo (art. 1, n. 2, lettera a)). Vanno, inoltre, inclusi nel calcolo delle quote i beni venduti dai distributori integrati²⁶.

Il mercato dell’assistenza tecnica post-vendita

Sin dal regolamento n. 1400/2002/Ce si da per scontato che quello dell’assistenza post-vendita è un mercato separato ed autonomo a quello della vendita delle vetture, quindi è un *mercato secondario*.

Ma che cosa intendiamo per mercato dell’assistenza post-vendita? Con questa definizione intendiamo i servizi di riparazione o manutenzione prestati dalle officine nei confronti dei clienti. Attualmente la riparazione di una vettura richiede particolari conoscenze tecniche ed il possesso di specifica una strumentazione di diagnosi (programmi software applicati ad uno strumento). Attraverso questi strumenti si leggono i codici di errore presenti nei sistemi elettronici della vettura, si ricerca il difetto e si possono anche modificare gli schemi di funzionamento (cd. riprogrammazione delle centraline).

Il mercato rilevante nell’assistenza tecnica post-vendita è calcolato sulla marca e non su tutte marche concorrenti²⁷. Inoltre, è calcolato sul mercato “a valle tra i riparatori e gli utilizzatori finali”. Il cliente finale, una volta che opera la scelta del prodotto, riduce il (suo) mercato a quello dei servizi di riparazione che possono offrire la rete oppure i riparatori indipendenti sulla vettura di quella marca. Per la specificità del servizio, il bene considerato è *il servizio della marca* e non i servizi in generale di riparazione/manutenzione²⁸.

²⁴Il regolamento n. 330/2010/Ue prevede due quote di mercato che devono essere osservate, quella del Fornitore e quella dell’Acquirente. Entrambe sono fissate nel 30%. In tal modo si escludono dalla distribuzione imprese di grandi dimensioni.

²⁵Il mercato “a valle” per il fornitore è quello “a monte” per il concessionario. Non viene preso in considerazione il mercato “a valle” per il concessionario, cioè il mercato ove la domanda è rappresentata dal cliente finale. Per un esame di questi mercati, v. par. 92 delle Linee direttrici sulle restrizioni verticali, *cit. supra*, nota 1.

²⁶V. art. 7, lettera c), regolamento n. 330/2010/Ue. Manca, tuttavia, una definizione di distributore integrato: allo stato, la definizione rimanda alla figura dell’agente di commercio.

²⁷ V. *cit. supra*, nota 22.

²⁸V. sul punto 6.1, sub. 6, dell’Opuscolo esplicativo, *cit. supra*, nota 1, ove:” Per quanto concerne i servizi di assistenza clienti e i pezzi di ricambio, l’accordo

Si è sostenuto (sotto diverso profilo ed avendo riguardo alla posizione delle officine) che è ingiustificato creare un mercato solo della marca perché, generalmente, il riparatore presta servizi per tutta la clientela, non solo di quella marca. In effetti, la tesi della Commissione europea che propugna un mercato della riparazione della marca può trovare ingresso nel caso di riparatori esclusivi, realtà non sempre rintracciabile²⁹.

Occorre, inoltre, osservare che il mercato della riparazione, se considerato sotto il profilo della fornitura delle informazioni tecniche, riguarda il costruttore della vettura e gli operatori professionali del settore. Questi ultimi rappresentano, in questo mercato, la domanda; ne consegue che esso non può essere quello stesso mercato in cui la domanda è rappresentata dal cliente finale.

In relazione alla quota di mercato, esiste poi, nella configurazione di un mercato della marca³⁰, un'evidente asimmetria tra il periodo della garanzia post-vendita e quello successivo. Nel primo il costruttore del mezzo ha alte quote di mercato³¹, nel secondo queste quote calano vistosamente.

Il regolamento n. 1400/2002/Ce ha introdotto alcune misure per aumentare la concorrenza del settore, quali: la separazione della

verticale tra un fornitore di autoveicoli e la sua rete di riparatori autorizzati per una particolare marca si applica ad un gruppo di beni contrattuali, nonché al servizio assistenza, al supporto e alla concessione dei diritti di proprietà intellettuale. Questa combinazione, *insieme a considerevoli investimenti specifici per quella marca*, permette alla rete autorizzata di fornire servizi di riparazione per i veicoli della marca in questione. In questi casi, il fornitore calcola le sue quote di mercato sia in base al valore dei beni che fornisce alla sua rete, in particolare i pezzi di ricambio, vale a dire, nel mercato tra fornitori e riparatori, sia in base ai servizi forniti dalla rete, vale a dire nel mercato a valle tra riparatori e utilizzatori finali". Viene poi richiamato il "Considerando" n. 7 del regolamento n. 100/2002/Ce ed il par. 95, delle Linee direttrici sulle restrizioni verticali, *cit. supra*, nota 1. Corsivo (del testo) aggiunto.

²⁹V. par. 57, Orientamenti del settore automobilistico. Non sembra sussistano giustificazioni obiettive a calcolare il mercato sulla specifica marca. Al par. 15 del documento in parola si rileva che i servizi di assistenza post-vendita e della distribuzione dei ricambi sono generalmente organizzati per marca. Se i servizi del costruttore venissero misurati su tutti i veicoli del segmento di corrispondenza, anche delle marche concorrenti, si determinerebbero quote di mercato inferiori.

³⁰ Nel momento in cui è un regolamento di esenzione che detta i criteri per definire un mercato, è probabilmente possibile sostenere che questi criteri sono unicamente riferibili al regolamento stesso e che il produttore della vettura, in caso di inapplicabilità del medesimo, potrebbe delineare altre ipotesi di mercato del prodotto.

³¹ Durante il periodo in cui il veicolo usufruisce della garanzia di fabbrica, il proprietario del veicolo ricorre a riparazioni esclusivamente presso la rete ufficiale del costruttore, la quale utilizza "pezzi originali". I costruttori di pezzi di ricambio concorrenti, in questo periodo, non sono in grado di competere efficacemente col costruttore del veicolo.

vendita delle vetture dall'assistenza³², l'impossibilità del costruttore delle vetture di creare *bonus* o premi legati alle due attività³³, ecc.

Le misure si sono dimostrate, in una prima fase, particolarmente efficaci, ma nel successivo periodo, caratterizzato da una contrazione dei consumi e da una diminuzione delle vendite, si è rilevato che un eccessivo numero di riparatori autorizzati non determina un miglioramento della qualità dei servizi offerti.

La normativa del settore di assistenza post-vendita si ricava congiuntamente dal regolamento generale sulle intese verticali, regolamento n. 330/2010/UE e dal regolamento n. 461/2010/UE che aggiunge al primo requisiti più severi (v. "Considerando" 15 del regolamento da ultimo citato). Questa severità è giustificata dalla constatazione che il mercato è poco competitivo³⁴. Joaquín Almunia a nome della Commissione europea nel documento emesso in data 27 maggio 2010 affermava che "A car is the most expensive thing that a citizen owns apart from his home. It is therefore vital to get the competition rules right in this area. Since the 2002 Regulation was

³²Al punto 71 degli Orientamenti per il settore automobilistico, *cit. supra*, nota 1, si precisa che, in determinate circostanze (ad esempio nel caso di lancio di una nuova marca sul mercato) si potrebbe considerare l'ipotesi di un abbinamento tra la vendita e l'assistenza post-vendita.

³³V., *Developments in car retailing and after-sales markets under Regulation 1400/2002*, London Economics, sul sito internet:

http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/documents/block_exemption_final.pdf. V., inoltre, *The Natural Link between Sales and Service, An investigation for the Competition Directorate-General of the European Commission*, November 2000, AUTOPOLIS, alla pagina internet :

http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/documents/sales_and_service.pdf.

³⁴V. anche il documento: *Antitrust: la Commissione rivede le norme di concorrenza nel settore automobilistico – FAQ*, alla pagina internet, <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/10/217&format=HTML&aged=0&language=IT&guiLanguage=en>, precisa che la concorrenza sui mercati della riparazione e manutenzione e della distribuzione di pezzi di ricambio è meno intensa e vi è il rischio che i consumatori possano essere danneggiati da pratiche anticoncorrenziali che facciano aumentare i costi di riparazione. La riparazione e la manutenzione sono molto importanti per i consumatori, non solo per ragioni di sicurezza e affidabilità, ma anche perché le fatture delle riparazioni rappresentano il 40% dei costi totali che comporta il possesso di un'autovettura. (...). La Commissione ha pertanto predisposto un regime più rigoroso per questi mercati, che faciliterà l'applicazione delle norme. Questioni particolarmente problematiche sono il negato accesso alle informazioni tecniche e ai pezzi di ricambio e il rifiuto di onorare le garanzie se i consumatori fanno riparare il veicolo presso officine indipendenti. Come aumentare la concorrenza sui mercati della riparazione, manutenzione e dei pezzi di ricambio? Il nuovo regolamento d'esenzione per categoria si applicherà a decorrere dal 1° giugno 2010. Il principale cambiamento è che gli accordi fra i costruttori automobilistici e le loro reti di riparatori autorizzati e distributori di pezzi di ricambio non beneficeranno più dell'esenzione automatica, e questo poiché tali reti detengono generalmente una quota di mercato superiore al 30%. Sarà così più facile occuparsi direttamente dei rifiuti di comunicare informazioni tecniche, o dell'utilizzo abusivo delle garanzie per escludere i riparatori indipendenti, o delle nuove forme di restrizione che potrebbero emergere. Analogamente, è difficile che rientrino nell'esenzione per categoria gli accordi che obbligano i riparatori autorizzati ad acquistare i pezzi di ricambio presso i costruttori automobilistici, dato che anche questi ultimi detengono generalmente una quota di mercato superiore al 30% sui mercati dei pezzi di ricambio.

adopted, experience has taught us that competition on the repair, maintenance and spare parts markets is not very strong. These are markets where one player – the brand network – often has a market share of over 50%. In these circumstances, if the rules aren't strong enough, consumers may be harmed by anti-competitive practices that push up repair costs. Independent garages constitute an important source of competition for brand networks. Unfortunately, they are also vulnerable to behaviour by car manufacturers that shuts them out of the market, such as failure to grant access to technical information”.

Alcuni autori hanno correttamente notato che non vi sono particolari ragioni per una specifica regolamentazione del settore dell'assistenza post-vendita, dal momento che anche in altri mercati secondari si verifica una scarsa concorrenza, pur tuttavia non si è sentita la necessità di un intervento normativo così dettagliato³⁵. Probabilmente l'importanza del bene considerato (l'autovettura è tra gli acquisti più importanti del consumatore) e gli interessi economici in gioco hanno indotto la Commissione europea a considerare vitale il settore.

Il problema della scarsa concorrenza nel settore dell'assistenza tecnica post-vendita³⁶ viene ora combattuto dalla Commissione, oltre che nelle aree della fornitura di ricambi originali ai riparatori indipendenti, anche in quella della fornitura ai medesimi di informazioni tecniche per la riparazione. La Commissione, perseguendo questa finalità, ne persegue un'altra, altrettanto importante (e palesemente dichiarata) : migliorare la qualità e sicurezza degli interventi dei riparatori indipendenti, i quali possono così operare con maggior conoscenza della tecnologia costruttiva delle vetture.

In quest'area il provvedimento di maggior vigore è stato il regolamento n. 715/2007/Ce che ha imposto l'obbligo per i costruttori di vetture di pubblicare su un sito *internet* le informazioni tecniche

³⁵ Nel caso *Microsoft* (v. in particolare la sentenza del Tribunale di primo grado (grande sezione) del 17 settembre 2007, in causa n. T-201/04, *Microsoft Corp. c. Commissione delle Comunità europee*, in *Raccolta*, 2007, p. II-3601) la Sun lamentava il rifiuto opposto dalla Microsoft di comunicarle le informazioni e la tecnologia necessarie per consentire l'interoperabilità dei suoi sistemi operativi per server per gruppi di lavoro con il sistema operativo Windows per PC clienti. Si tratta dello stesso problema della mancanza di informazioni tecniche presente in campo automobilistico. E' interessante notare che le informazioni tecniche fornite dal costruttore della vettura devono essere rese in linguaggio normalizzato, in modo da essere utilizzate da ogni sistema operativo (v. regolamento n. 692/2008 della Commissione del 18 luglio 2008 in *Guue* n. L. 199/1 del 28 luglio 2008).

³⁶ Separando il mercato della vendita delle vetture da quello dell'assistenza si può, in alcuni casi, arrivare a risultati assurdi, rilevati al par. 94 dell'Opuscolo esplicativo, *cit. supra*, nota 1; ivi si precisa che (..) una posizione poco significativa sul mercato del prodotto assemblato ridurrà generalmente la probabilità di effetti anticoncorrenziali sul mercato secondario. Si potrebbe determinare infatti una situazione in cui sul mercato della vendita il costruttore, in relazione al suo scarso potere di mercato, può utilizzare la normativa *de minimis* (Comunicazione della Commissione relativa agli accordi di importanza minore che non determinano restrizioni sensibili della concorrenza ai sensi dell'articolo 81, paragrafo 1, del trattato che istituisce la Comunità europea, in *Guce* n. C 368/13 del 22 dicembre 2001), mentre nel settore assistenza non riesce ad utilizzare il regolamento di esenzione per categoria.

sulla riparazione e sulla fornitura di ricambi ed apparecchiature per la riparazione. Il sistema opera con la formula *pay per view* e si sta mostrando efficace e particolarmente utile per i riparatori indipendenti. Va, infine, tenuto presente che la definizione di *informazione tecnica* è legata al sistema delle omologazioni per cui è continuamente aggiornata al progresso tecnico del settore *automotive*³⁷.

Occorre ancora rilevare che esiste tuttora un malinteso senso di concorrenza tra i riparatori della rete e quelli “indipendenti”, perché sostanzialmente il cliente ricerca nei riparatori indipendenti un minor prezzo della riparazione, mentre è evidente che il riparatore indipendente deve porsi sul mercato per la qualità della sua risposta assistenziale, non certo perché offre servizi o prodotti di minor qualità e costo.

Il mercato della vendita dei ricambi

Il calcolo della quota del mercato dei ricambi si effettua nella distribuzione di pezzi di ricambio sulla base del valore dei beni oggetto del contratto e di altri beni venduti dal fornitore, nonché di tutti gli altri beni venduti dal fornitore che sono considerati dall'acquirente intercambiabili in ragione delle caratteristiche dei prodotti, dei loro prezzi e dell'uso al quale sono destinati³⁸.

Il mercato presenta la stessa anomalia del mercato dell'assistenza perché si calcola sulla marca ed allo stesso livello: cioè sul segmento officina-cliente.

E' un mercato generalmente valutato unitamente a quello dell'assistenza post-vendita ed è giudicato poco concorrenziale. Non esistono però particolari indagini della Commissione per arrivare a determinare le quote dei fornitori.

Il mercato è influenzato dal periodo di garanzia nel quale vengono poi utilizzati solo pezzi originali; nel periodo successivo i pezzi di qualità equivalente riescono sempre di più ad intaccare le quote del costruttore della vettura (a parte il caso dei pezzi cd. *captive*, dei pezzi cioè che possiede solo il produttore del veicolo). Nella Comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante³⁹, al punto 36 si precisa che: ”sul mercato dei componenti originari per auto e su quello dei pezzi di ricambio possono esservi vincoli concorrenziali⁴⁰ che giustificano l'individuazione di due mercati diversi”. Tale distinzione è probabilmente riferibile ai cd.

³⁷La Commissione europea chiarisce nel documento “*Antitrust: la Commissione rivede le norme di concorrenza nel settore automobilistico – FAQ*”, del 27 maggio 2010, che il legame tra normativa di omologazione ed informazioni tecniche ha un duplice vantaggio: quello di assicurare la coerenza dei dati rilasciati con quelli forniti in sede di omologazione e quello di assicurare al concetto di informazione tecnica una evoluzione in linea col progresso tecnico.

³⁸V. art. 8, regolamento n. 1400/2002/Ce, *cit. supra*, nota 1.

³⁹*Cit. supra*, nota 3.

⁴⁰Un vincolo concorrenziale potrebbe essere imposto dal costruttore della vettura al componentista in subfornitura industriale, limitando le vendite dei pezzi al solo costruttore della vettura.

pezzi di primo impianto destinati direttamente all'allestimento della vettura ed i ricambi in genere, ma ai ricambi originali ed a quelli di qualità equivalente⁴¹.

Il regolamento n. 1400/2002/Ce ha introdotto significative misure per aumentare la concorrenza in questo mercato: a) la definizione di ricambio originale è ampia e comprende anche prodotti effettuati del fornitore del pezzo⁴² e b) la possibilità per la rete di usare ricambi di qualità equivalente⁴³ per le riparazioni fuori garanzia.

Le quote ed il regolamento di esenzione per categoria

Premettiamo che il costruttore della vettura, cioè il soggetto che predispone il sistema di distribuzione delle vetture, dei pezzi di ricambio e di fornitura di servizi di assistenza post-vendita ha un forte interesse ad utilizzare un regolamento di esenzione per categoria. Evita così di effettuare la complessa valutazione economica che richiede il par. 3 dell'art. 101 TFUE, al fine di accertare la procompetitività dell'accordo. Questo, infatti, potrebbe rientrare (come si dirà a seguito) nel divieto del par. 1 della stessa norma. Per utilizzare il regolamento n. 1400/2002/Ce occorre non superare⁴⁴ 2 soglie, corrispondenti a 2 quote di mercato: 30% e 40%. La prima riservata al regime (distributivo) esclusivo, la seconda a quello selettivo quantitativo.

Il sistema selettivo qualitativo era invece consentito in ogni caso, qualsiasi quota di mercato detenesse il produttore, anche del 100% (art. 3, punto 1), essendo di scarso effetto anticompetitivo. Si è detto che, a particolari condizioni, questo sistema si può ritenere al di fuori del par. 1 dell'art. 101 TFUE⁴⁵, tuttavia i contratti di assistenza post-vendita non sempre pongono in essere un sistema selettivo "puro", ma

⁴¹ Il pezzo di ricambio originale ormai può essere facilmente "ingegnerizzato" dal componentista indipendente attraverso la tecnica del cd. *reverse engineering* oppure richiedendo informazioni tecniche al costruttore del pezzo originale.

⁴² Per una definizione v. art. 3, punto 26, direttiva 46/2007/Ce: «parti o apparecchiature originali», parti o apparecchiature costruite conformemente alle specifiche e alle norme di produzione fornite dal costruttore del veicolo per la produzione di parti o apparecchiature per l'assemblaggio del veicolo in questione. Esse includono le parti o le apparecchiature costruite nella stessa linea di produzione di tali parti o apparecchiature. Salvo prova contraria, si presume che le parti costituiscono parti originali se il costruttore delle stesse certifica che esse hanno qualità equivalenti ai componenti utilizzati per l'assemblaggio del veicolo in questione e sono state costruite conformemente alle specifiche e alle norme di produzione del costruttore del veicolo».

⁴³ La definizione di ricambio di qualità equivalente è presente alla lettera u) dell'art. 1 del regolamento n. 1400/2002/Ce. Questa definizione sembra ora modificata al ribasso al punto 20 degli Orientamenti sul settore automobilistico che fa riferimento al concetto di ricambio di qualità sufficientemente elevata da non compromettere la reputazione della rete autorizzata.

⁴⁴ L'accesso al regolamento di esenzione avviene sulla base di una valutazione economica, utilizzando le quote di mercato, salvo ovviamente l'accordo non presenti clausole vietate.

⁴⁵ V. par. 43, Orientamenti per il settore automobilistico, *cit. supra*, nota 1.

generalmente necessitano dell'esenzione per categoria del regolamento automobilistico⁴⁶.

Il regolamento n. 461/2010/UE non ancora la legittimità della distribuzione selettiva qualitativa ad una quota di mercato per cui si deve applicare quella unica (30%) fissata dal regolamento n. 330/2010/UE.

Si afferma al par. 59 delle *guidelines* che: «il nuovo quadro giuridico permette alla Commissione e alle autorità nazionali preposte alla concorrenza di proteggere più facilmente la concorrenza fra officine indipendenti e riparatori autorizzati, così come fra i membri di ogni rete di riparatori autorizzati. In particolare, la riduzione dal 100 % al 30 % della soglia della quota di mercato per l'esenzione relativa alla distribuzione selettiva basata su criteri qualitativi *lascia più ampio margine d'azione alle autorità preposte alla concorrenza*».

Non è chiaro se la Commissione europea userà, nello stabilire se un accordo ricade entro la quota fissata, molta rigidità oppure una certa elasticità. Dagli Orientamenti per il settore automobilistico si ricava⁴⁷ che può essere esentato un sistema distributivo di autoveicoli selettivo quantitativo se il fornitore non supera la quota di mercato del 40%. La regola, tuttavia, riguarda il settore della vendita delle vetture, ritenuto maggiormente concorrenziale rispetto a quello dell'assistenza post-vendita.

La Commissione europea, mantenendo per il settore dell'assistenza post-vendita, come limite di accesso all'esenzione, una soglia molto bassa (30%), determina, in pratica, l'inapplicabilità del regolamento per un alto numero di contratti di questo settore. Sui mercati dell'assistenza post-vendita i costruttori dei veicoli detengono infatti alte quote di mercato. Essa ha rilevato di recente⁴⁸ che, in tal modo,

⁴⁶Ricorrono nei contratti post-vendita clausole sugli standard tecnici o prestazionali, sull'uso dei ricambi originali, sulla gestione del sistema multimarca, ecc. che possono farli ricadere nel par. 1 dell'art. 101 TFUE.

⁴⁷V. par. 56; v. sul punto anche il par. 181 del documento: *Commission Staff Working Document accompanying the Communication from the Commission the future competition law framework applicable to the motor vehicle sector, Impact assessment* (COM 2009 388 final).

⁴⁸V. document: *Antitrust: Commission adopts revised competition rules for the motor vehicle sector: frequently asked questions* (MEMO/10/217, del 27 maggio 2010), ove: "The new block exemption regulation will apply as from 1 June 2010. The main change is that agreements between vehicle manufacturers and their networks of authorized repairers and spare part distributors *will no longer benefit from the automatic exemption*. This is because these networks usually have a market share of over 30%. This in turn will make it easier to deal directly with refusals to release technical information or the misuse of warranty terms aimed at excluding independent repairers or with new types of restrictions that may arise. Similarly, agreements obliging authorized repairers to purchase spare parts from car manufacturers are unlikely to be block exempted, as vehicle manufacturers also tend to have a market share exceeding 30% in the spare parts markets". Corsivo aggiunto.

V. anche HOUSE OF COMMONS, *Independent garages and the Motor Vehicle BER*, alla pagina internet:

<http://www.parliament.uk/briefingpapers/commons/lib/research/briefings/snbt-05060.pdf>, ove:

"However, the Commission's analysis found the market for repair and maintenance to be less competitive. In particular, structural factors such as the brand-specific

per i contratti che non rientrano nella sopra detta quota di mercato, norma di riferimento diventa il par. 1 dell'art. 101 TFUE⁴⁹.

Nella sostanza, se l'accordo considerato rientra, in base alla quota di mercato detenuta dal costruttore della vettura nel regolamento n. 330/2010/Ue (cioè non supera il 30%) e non contiene nessuna delle restrizioni vietate dall'art. 5 del regolamento 461/2010/Ue, può godere della esenzione (ove contemporaneamente rispetti anche le altre condizioni del regolamento n. 330/2010/Ue). Se contiene una o più di dette restrizioni ricade nel par. 1 dell'art. 101 TFUE e difficilmente potrà essere recuperato ai sensi del par. 3 della stessa norma, come precisato al punto n. 47 degli Orientamenti sulle restrizioni verticali.

Se l'accordo non rientra nel regolamento perché la quota del costruttore supera il 30% (generalità dei casi⁵⁰) la norma di riferimento diventa il par. 1 dell'art. 101 TFUE. Le regole (*rectius*, i divieti) del regolamento n. 461/2010/Ue costituiscono solo la base per accertare se il sistema predisposto dal costruttore si presenta come un effettivo canale alternativo per consumatori. E', pertanto, richiesto al costruttore di accertare, in fatto, il reale funzionamento del sistema. Quindi, innanzi tutto, occorre un esame della presenza, sul mercato rilevante, di almeno un (efficace) canale alternativo di riparazione (rappresentato dai riparatori indipendenti⁵¹). Poi la prova della sostanziale procompetitività dell'accordo (e del sistema), complesso giudizio che le imprese non sono ancora avezze a dare. L'onere della prova si sposta, pertanto, interamente su queste⁵².

nature of the markets and the prevalence of "captive" spare parts intrinsically limit competition. Moreover, the Commission has had to intervene to protect competition in these markets ... and has noted that manufacturers sometimes refuse to honour warranties when a vehicle has been repaired outside the authorised networks. In view of the potential competition problems on the motor vehicle aftermarket, the Commission proposes limiting the benefit of the block exemption for service and repair agreements to operators with a market share of up to 30%. This would make it easier for the Commission or for national competition authorities to prevent carmakers from sheltering their repair networks against competition from independent repairers, for instance by withholding technical information". Corsivo aggiunto.

⁴⁹ Peraltro, a nostro avviso, la mancata fornitura di informazioni tecniche o ricambi realizzerebbe una restrizione grave la quale non è separabile per cui il regolamento sarebbe dichiarato inapplicabile comunque (sulla non separabilità della restrizioni costituenti restrizioni gravi, v. punto 70, Orientamenti sulle restrizioni verticali).

⁵⁰ V. al proposito, *cit. supra*, nota 34.

⁵¹ Ciò emerge dai par. 62, 63, 64 degli Orientamenti per settore automobilistico, *cit. supra*, nota 2, ove si precisa che il sistema selettivo qualitativo è giudicato al di fuori del par. 1 dell'art. 101 TFUE, ma, nel caso in cui sia insufficiente il rilascio di informazioni tecniche sul mercato, il recupero dell'accordo potrebbe difficilmente avvenire ai sensi del par. 3.

⁵² V., di recente, L. VOGEL-S. VOGEL, *Le nouveau droit de la distribution de l'automobile*, Revue LAMY, 2010, 52.