



¿Qué pasará en el futuro con los reglamentos comunitarios que protegen el sector de la automoción?

ALFREDO BRIGANTY

QVADRIGAS ABOGADOS

Expiran pronto los Reglamentos Comunitarios de Exención por Categorías (*Block Exemption Regulation* - BER) que ofrecen un marco “paraguas” al sector de automoción. Concretamente, el *general* de restricciones verticales, aplicable a la actividad de ventas de vehículos nuevos (REC nº 330/2010) termina su vigencia el 31 de mayo del año 2022, y el *específico*, aplicable a la actividad de posventa, un año más tarde, el 31 de mayo de 2023.



La finalización de su vigencia obliga a centrar nuestra atención, pues está en entredicho la normativa comunitaria que protege el sistema de distribución tal y como lo tienen configurado los fabricantes. Si esta circunstancia es relevante para la estabilidad jurídica y económica que precisan los distribuidores, cuanto más si tenemos en cuenta que está cambiando el modelo de negocio... Metamos en la coctelera lo que ha venido a conocerse en los años más recientes como servicios digitales, movilidad, nuevas tecnologías, Big Data, comercio electrónico (etc), para darnos cuenta de la importancia del asunto. Parece evidente que la normativa comunitaria, tal y como fue concebida, necesita de una valoración profunda, y no puede ser ajeno a todo ello quien pretenda estar a la altura de las circunstancias.

Sabido es que, en la Unión Europea, la distribución y reparación de los vehículos automóviles se estructura a través de redes comerciales seleccionadas, de manera que solo los elegidos por los fabricantes han podido optar a este negocio como miembros de una red oficial, en detrimento del derecho constitucional a la libertad de empresa en el marco de una economía de mercado y del derecho al libre comercio.

Lo recomendable es que la **industria en su conjunto trabaje en el mantenimiento del sistema preestablecido desde 1985**

En contra de lo que muchos piensan, ante tanta novedad, la pertenencia a una red oficial en estos momentos no es plato de buen gusto, ni de rentabilidades apetitosas. Muy al contrario, supone una enorme responsabilidad por la cantidad de puestos de trabajo exigibles, la necesidad de continuas y cuantiosas inversiones y, por qué no decirlo, por la concurrencia de incertidumbres preocupantes.

Cuánto más si se trata del privilegio del que gozan los fabricantes de automóviles y camiones para continuar con un sistema de distribución selectivo, cuantitativo y cualitativo, y de la protección de los elegidos por cada marca para realizar su actividad, sin tener que concurrir en competencia directa con cualquier tercero que quisiera dedicarse a la actividad de ventas de vehículos nuevos.



El mantenimiento del sistema establecido debe llevar aparejado la potenciación de cláusulas que fomenten la competencia entre los propios concesionarios

Si finalmente las autoridades comunitarias de la competencia dispusieran la conveniencia de acabar con la protección jurídica existente, el mercado debería abrirse a cualquier operador interesado en la venta de vehículos nuevos (como sucede con los ventiladores, las lavadoras y los frigoríficos, por poner un ejemplo) y se quedarían las redes oficiales de la automoción con la simple cobertura de los contratos en cada caso vigentes, que –a priori– ya no gozarían de la exención legalmente prevista para aquellas prerrogativas contrarias en muchos casos al derecho a la libre competencia.

Aun siendo una mera hipótesis, lo recomendable es que la industria en su conjunto trabaje en el mantenimiento del sistema preestablecido desde 1985, pues su desaparición supondría, en mi humilde opinión, perjuicios evidentes para todos, los consumidores inclusive.

Solo a través de operadores elegidos, se puede implementar y desarrollar con eficacia los servicios digitales, la nueva movilidad, las nuevas tecnologías, el Big Data, el comercio electrónico y un largo etcétera de futuros en ciernes. Si ya es complejo entender el alcance de lo que se avecina, imaginemos intentarlo sin normativa reguladora. (Cuando afecta a tantos, solo se consiguen las cosas con orden y concierto).

Además, desde la perspectiva del derecho de la competencia, no es baladí que hayan decrecido considerablemente las redes e incluso se hayan concentrado algunas marcas, por lo que, entre todos, habrá de justificarse objetivamente la bonanza reorganizativa y sus efectos positivos en el mercado, en especial para los consumidores, pues son estos los que verdaderamente incitan el celo del legislador.

Con tal finalidad, el mantenimiento del sistema establecido debe llevar aparejado la potenciación de cláusulas que fomenten la competencia entre los propios concesionarios (intramarca), para dotarlos de mayor independencia empresarial, en orden a poder flexibilizar el mercado con decisiones propias que alcancen a beneficiar a los consumidores. Hasta la fecha, junto a estos, la gran preocupación del legislador comunitario ha sido el mercado intermarca, sin querer darse cuenta cómo, aguas abajo, los continuos designios de los

No lo va a tener fácil, ni el legislador comunitario, ni la industria (incluyendo a los concesionarios), pues son tantas las novedades y distorsiones, que asusta la valoración de sus posibles efectos en el mercado

fabricantes encorsetan la operativa de los distribuidores, y cómo, aguas arriba, están siempre presionados por el desenfreno de los consumidores, que tienen por defecto querer siempre el doble a la mitad de precio.

A estos efectos, consideramos muy importante volver a incorporar al texto reglamentario lo dispuesto a modo de Condiciones Generales en el artículo 3 del BER 1400/2002, pues ayuda a salvaguardar un marco contractual relativamente estable, en el que los vendedores de vehículos nuevos o los prestadores de servicios de reparación pueden entrar en una competencia intensa. Nos referimos (i) al derecho del concesionario

o taller de reparación a ceder libremente el negocio a otro miembro de su misma red de marca; (ii) a la obligación de motivar –de forma clara y objetiva– las resoluciones contractuales; (iii) al establecimiento de una vigencia contractual estable y duradera, así como (iv) a la obligación de conceder un preaviso suficiente para mitigar en lo posible los daños y perjuicios en caso de resolución de la relación mercantil.

Por mucho que suene a cantos de sirena, el legislador tiene que comprender –y los fabricantes coadyuvar en la idea– que resulta muy difícil para los concesionarios plantearse la realización de inversiones, si cada pocos años se tienen que enfrentar a cambios normativos que generan inseguridad jurídica, y no se debe obviar que, la defensa del mercado y del consumidor, no es óbice para preservar y proteger también la posición del fabricante y el distribuidor en el mercado, en tanto son piezas fundamentales de la cadena de valor. Mirar solo hacia el mercado y el consumidor, sin tener presente las distorsiones, no solo económicas, que se sufren entremedias, es no querer afrontar el problema en toda su dimensión.





El futuro reglamentario, que estará **más en entredicho cuanto menos colaboren los distintos operadores económicos** en la flexibilización y oxigenación del mercado

Es evidente que no lo va a tener fácil, ni el legislador comunitario, ni la industria (incluyendo a los concesionarios), pues son tantas las novedades y distorsiones, que asusta la valoración de sus posibles efectos en el mercado.

A modo de simple pincelada, pensemos en la concurrencia de las filiales de marca, en el aumento de las ventas online, en los eléctricos, la descarbonización, en el incremento de las ventas directas por parte de los fabricantes, ya sea por sí mismos, mediante su propia web o en colaboración con la red autorizada, o incluso –y así se lo han reservado contractualmente- a través de terceros intermediarios ajenos al sistema de distribución selectiva (como, por ejemplo, las entidades bancarias); pensemos en la consolidación de la distribución de vehículos a través de acuerdos de renting con pactos de recompra, en la aparición de acuerdos de vinculación (tying) con otros productos y servicios de movilidad, conectividad (productos y servicios di-

giales), seguros, financiaciones, en los nuevos procedimientos de gestión de datos de uso compartido a través de ecosistemas y generación de datos por los propios vehículos; pensemos en los productos digitales... Por si fuera poco, la gran mayoría de los estándares de nuevo cuño restringen la multimarca...

Se trata de una amalgama de incipientes prácticas comerciales, nuevos canales de distribución y modelos de negocio, que terminarán por travestir a los diferentes colaboradores, mediante la coexistencia de contratos de distinta naturaleza jurídica para la promoción de ventas y servicios en condiciones distintas, según el destinatario/consumidor final de los mismos. Me estoy refiriendo, por ejemplo, a los anunciados contratos de agencia de flotas y a los previstos para las placas de recambios, por no hablar de los meros operadores logísticos de servicios...

Este galimatías, como ya he dicho, obliga a reflexionar en profundidad sobre el futuro reglamentario, que estará más en entredicho cuanto menos colaboren los distintos operadores económicos en la flexibilización y oxigenación del mercado. Prueba evidente es la caída de ventas producida en nuestro país en lo que va de año, por el simple hecho de lo que algunos han venido a llamar electro-confusión.

Permítanme ir concluyendo para evitar borracheras en el lector, y dejar constancia de un reciente informe sobre el comercio electrónico, emitido por la Comisión



Estas tendencias del mercado afectan significativamente a la distribución y a las estrategias sobre precios de los fabricantes y de los distribuidores

Europea para el Consejo y Parlamento Europeo (COM 2017-229 de 10 de mayo de 2017), el cual no permite vislumbrar las inquietudes de la autoridad competente:

“Estas tendencias del mercado afectan significativamente a la distribución y a las estrategias sobre precios de los fabricantes y de los distribuidores. Como reacción al aumento de la transparencia y de la competencia de precios, los fabricantes han perseguido tener un mayor control sobre las redes de distribución, al objeto de controlar mejor los precios y la calidad. Esto se traduce en un aumento de la presencia de fabricantes en la venta al por menor y que se recurra más a acuerdos o prácticas concertadas entre fabricantes y distribuidores (acuerdos verticales) afectando a la competencia entre distribuidores que venden la misma marca (competencia intramarca)”.

Parece que el legislador considera necesario entrar en las profundidades de este gran océano de intereses, pero habrá que estar muy atentos y ayudarle en

la medida de lo posible. De no ser así, barrunto que el paraguas goteará por todas partes, hasta convertirse en inservible. Hemos de ser todos –fabricantes y distribuidores- conscientes de la obligada búsqueda de equilibrios entre la libertad empresarial y la autonomía de la voluntad, si queremos coexistir en el mercado con unas normas que satisfagan al legislador, a la industria y a los consumidores y usuarios.

En este oscuro océano de intereses –insisto-, hoy más que nunca hay que dar luz a la industria, procurando lo mejor para todos, con medida y objetividad, porque de lo contrario, y no me gusta ser pájaro de mal agüero, podemos encontrarnos en un par de años ante una incertidumbre y falta de seguridad jurídica que terminaría por abocar al sector al mayor de los desórdenes.

Será que me estoy poniendo viejo, pero hay momentos en los que padezco de indigestión jurídica. Y dudo, y desconfío, y me temo lo peor, por culpa de la ceguera de unos pocos que han terminado por convertir sus neuronas en una simple caja registradora, aunque sea finalmente para guardar calderilla. Razón tenía mi abuelo cuando decía que en este mundo traidor, nada es verdad ni mentira, todo depende del color del cristal con que se mira...

Con mi respeto a los discrepantes, así lo veo yo, siempre con el mismo entusiasmo. ■