

Andrea Barigelli mat. 175251 – Tesi di Laurea in Economia e Management

Indagine sulla concorrenza nel settore automotive attraverso l'azione del legislatore europeo

Relatore:

Prof. Maria Martoccia

Anno Accademico 2014-2015

Sommario

Premessa	4
Introduzione	5
Capitolo 1 – La concorrenza nel mercato automobilistico	6
Il concetto di integrazione nelle prime fasi dell'industria automobilistica	6
L'integrazione verticale e la concorrenza	10
Il modello di Hotelling.....	11
La relazione tra il mercato delle auto nuove e dei pezzi di ricambio	13
Il trade-off tra libera concorrenza ed efficienza	15
Capitolo 2 - La regolamentazione nell'Unione Europea.....	18
L'art 85 TCE.....	18
Il regime di esenzione introdotto dal regolamento 67/67	20
Il regolamento 123/85.....	21
Limitazioni selettive.....	22
Limitazioni esclusive	23
Clausole di non concorrenza	23
L'indipendenza economica dei concessionari	25
Revoca dell'esenzione di categoria	25
Il regolamento n.1475/95.....	26
Concorrenza tra distributori	27
Concorrenza nel mercato dei pezzi di ricambio	29
Accesso a pezzi di ricambio originali da parte di produttori indipendenti.....	30
Il multi-marketing	31
Il regolamento n.1400/2002.....	32
Distribuzione di autoveicoli nuovi	34
Riparazione e manutenzione degli autoveicoli.....	35
La relazione di valutazione della Commissione Europea	36
Il quadro normativo dopo il decreto Monti.....	38
Aumentare la concorrenza nel mercato della riparazione, manutenzione e dei pezzi di ricambio.....	39
Accesso dei riparatori indipendenti alle informazioni tecniche	40
Concessionari multimarca	41
Garanzia degli autoveicoli	42
Capitolo 3 – Considerazioni sugli effetti della regolamentazione nei confronti degli stakeholders.....	44
Considerazioni circa l'attività del legislatore.....	44
Evoluzione degli obiettivi della regolamentazione.....	45

Evoluzione di produzione e distribuzione	47
Il ruolo dei pezzi di ricambio.....	48
Effetti per la comunità.....	49
La crescente complessità tecnica dei nuovi veicoli	50
Prospettive di sviluppo futuro dei regolamenti in materia	51
Conclusioni	52
Bibliografia.....	54

Premessa

Fin da bambino ho avuto una grande passione per le automobili, cosa che mi ha sempre indotto ad assistere mio padre nei suoi lavori domenicali in garage, buona parte dei quali eseguiti sulla sua Fiat Uno 45 SL dell'85. Era divertente scoprire a cosa servissero tutti quei pezzi che smontava e per quanto poco ne capissi, c'era sempre qualcosa di nuovo da imparare. Questo almeno finché la vecchia Uno non venne rimpiazzata da una Toyota Yaris Luna 1.3 del 2000. Da allora tali occasioni si fecero sempre più rare, in parte per la maggiore affidabilità del nuovo mezzo, in parte perché mio padre, stranamente, non sapeva più dove mettere mano. Tutto a un tratto, una volta sollevato il cofano, non si vedeva più dove fossero le candele o i cilindri del motore, ma solo una grossa placca di plastica che copriva il tutto. Mio padre non si dava per vinto e cercava comunque di intervenire da solo sul mezzo, finché un giorno, tentando di sostituire le candele, finì per smontare invece un iniettore, con conseguente resa e gita in assistenza. Allora mi chiesi perché non si potesse più mettere mano da soli alla propria auto, del resto mio padre aveva speso ben 16 milioni di lire per la Yaris, possibile che tale diritto non fosse più compreso nel prezzo?

Adesso, da studente laureando in economia, ho cercato di capire cosa si celasse realmente sotto quella placca e come si fosse arrivati a imbullonarla lì sopra. La mia curiosità mi ha portato a scoprire un complicato sistema sul quale ho indagato col presente lavoro, nella speranza che possa essere di riferimento per chi, come me, è sempre stato curioso.

Introduzione

Il presente lavoro intende compiere un'indagine sulle dinamiche concorrenziali del mercato automobilistico e di come queste abbiano influenzato nel tempo l'attività del legislatore. Quest'ultimo ha un ruolo molto delicato poiché è suo intento quello di riuscire a incentivare l'efficienza del mercato cercando al contempo di garantirne la concorrenza. Verrà innanzitutto chiarito il concetto di integrazione verticale attraverso un'analisi storica del mercato negli Usa, in seguito verrà spiegato come questo concetto rappresenti il cardine principale su cui poggia la concorrenza dell'intero mercato.

Si giungerà alla conclusione che il settore cruciale per la concorrenza nel mercato è rappresentato dai servizi di assistenza post-vendita dei veicoli, che comprende manutenzione, riparazione e vendita di pezzi di ricambio.

Poste queste basi, si procederà allo studio dei provvedimenti legislativi adottati in materia a livello europeo, della loro evoluzione e dei loro effetti. Dalla loro analisi emergeranno ulteriori peculiarità dell'ambiente in cui si opera, che contribuiranno a rappresentare il reale oggetto di questo lavoro, ovvero essere uno strumento per conseguire una visione d'insieme del mercato, indispensabile per poter fare scelte consapevoli in vista delle future sfide che questo ci riserva, non solo a livello gestionale.

Pur essendo il lavoro orientato verso la regolamentazione europea, la scelta di porre le basi economiche servendosi della storia del mercato americano è risultata obbligata per via delle molteplici innovazioni in esso introdotte, senza le quali, questa analisi non avrebbe senso.

Capitolo 1 – La concorrenza nel mercato automobilistico

Il concetto di integrazione nelle prime fasi dell'industria automobilistica

Nonostante la prima auto della storia sia stata brevettata da Karl Benz in Germania nel 1885, l'industria automobilistica ha visto la luce per la prima volta negli Stati Uniti. Robert Paul Thomas¹ ha diviso la sua storia in quattro periodi: quello dell'invenzione (prima del 1900), dello sviluppo (1900-1908), della rapida espansione (1908-1918) e della domanda di pezzi di ricambio (1918-1929)².

Nel periodo dell'invenzione l'industria automobilistica era per lo più artigianale, con tecniche di produzione completamente integrate, anche se in questo caso sarebbe più appropriato definirle "improvvisate", un valido esempio è rappresentato dal primo cilindro costruito da Henry Ford con un pezzo di tubatura.

La caratteristica fondamentale che connota e definisce l'industria automobilistica nel tempo meglio di ogni altra è il grado di integrazione, ovvero, quanti livelli della filiera produttiva sono direttamente sotto il controllo del produttore del bene finale. Questo ha avuto andamenti altalenanti nel tempo per via di cambiamenti storici e tecnologici.

Se nella prima fase abbiamo preferito il termine "improvvisazione" a "integrazione", ciò non avviene nella seconda fase, che è stato probabilmente il periodo storico da questa maggiormente caratterizzato. Ciò si deve a Henry Ford, considerato un innovatore anche al di là dei confini del mercato automobilistico e ricordato in particolare per la sua intuizione di applicare il modello della catena di montaggio alla sua fabbrica di automobili, oltre che per aver introdotto una serie di metodi costruttivi

¹ Professore di storia dell'economia presso la Washington University.

² Robert Paul Thomas, *An Analysis of the Pattern of Growth of the Automobile Industry, 1895-1929* (New York, 1977), pp. 6-8.

ancora oggi validi dopo più di cento anni (tanto semplice quanto efficace era il suo pensiero “tutto quello che non c’è non si può rompere”).

Sotto la sua gestione la quasi totalità della vettura era costruita nella sua fabbrica, poiché Ford era convinto che sarebbe costato di più cercare di spiegare a un produttore esterno le caratteristiche del pezzo commissionato che produrlo autonomamente con un’idea ben precisa della sua funzione. Non solo, ma un altro lato positivo che Ford vedeva nell’integrazione verticale era la possibilità per il produttore di avere una più chiara visione d’insieme dei processi produttivi, in modo tale da poter intervenire a ogni livello per ottimizzare la produzione e offrire il bene a un prezzo competitivo, cosa poi effettivamente avvenuta con la celeberrima Ford Model T, che cambiò definitivamente il volto dell’automobile da sofisticato giocattolo per ricchi a mezzo di trasporto accessibile a tutti.

Questo ricorso all’integrazione verticale è perfettamente aderente alla più generale definizione fornita da Allyn Young e George Stigler, i quali sostenevano che l’azienda ricorre all’integrazione verticale quando sta sviluppando una nuova tecnologia poiché risulterebbe antieconomico per un fornitore esterno produrre stock ridotti di parti che non consentono economie di scala³.

La seconda parte del discorso è invece perfettamente aderente al periodo successivo della storia dell’industria automobilistica, ovvero che una volta che la tecnologia raggiunge la sua maturità e comincia a diffondersi, è invece preferibile cominciare a esternalizzare la produzione, cosa che tra l’altro costituisce un vantaggio per il secondo arrivato, il quale non deve farsi carico di tutti i costi di ricerca e sviluppo già affrontati dall’innovatore. Il valore delle economie esterne varia quindi a seconda se un’azienda è innovatrice o follower.

³ Allyn A. Young, “Increasing Returns and Economic Progress” *Economic Journal*, 38 (Dic. 1928), pp. 523-42 e George J. Stigler, “The Division of Labor is Limited by the Extent of the Market” *Journal of Political Economy*, 59 (June 1951), pp. 185-93.

Identico corso ha seguito la storia dell'automobile, infatti il livello di integrazione che aveva decretato il successo di Ford sul mercato si abbassò sensibilmente dopo la fase dell'innovazione, dando inizio al declino di Ford e all'ascesa di un nuovo concorrente: General Motors.

Quest'ultima aveva adottato una strategia diversa, investendo più in pubblicità e marketing che nell'apparato produttivo, ormai standardizzato e di facile replicabilità, demandando parte della produzione a fornitori esterni.

Altra novità dell'era della continua espansione fu l'introduzione di una nuova idea di automobile, stavolta proveniente dalla Francia, per cui questa sarebbe dovuta essere una sorta di locomotiva da strada piuttosto che un carro senza cavalli, come veniva pensata negli USA, con motori a più cilindri e un nuovo tipo di carrozzeria che rendeva l'auto più costosa e desiderabile a tal punto da farne quasi un oggetto di tendenza.

Soltanto un assetto organizzativo più flessibile come quello poco integrato verticalmente di GM fu in grado di far fronte a questo cambiamento, decretando quindi un'inversione di tendenza nell'era della continua espansione, oltre che il declino di Ford che restava affezionata a un modello incapace di adattarsi alle pretese del tempo. Questo poiché la struttura permetteva di produrre un solo tipo di veicolo e adattare l'impianto a canoni diversificati era talmente costoso da risultare impraticabile.

L'epoca della domanda dei pezzi di ricambio vide ancora ridursi il trend dell'integrazione, vennero introdotte le "model year" ovvero un nuovo modello di auto ogni anno che doveva avere nuove caratteristiche vista la concorrenza interna nata dal mercato delle auto usate. L'industria automobilistica si muoveva, per usare un'espressione cara a Coase, *in direzione del mercato*⁴, attraverso un sistema di produzione altamente diversificato che portò all'adozione degli acquisti "hand-to-

⁴ Ronald H. Coase, "The Nature of the Firm" *Economica* n°4 (Nov. 1937), pp. 386-405

mouth”, ovvero una strategia antesignana del moderno “just-in-time”, che consiste nell’acquistare unicamente le parti necessarie risparmiando sugli inventari.

Successivamente si è potuto osservare un ritorno dell’integrazione al fianco della diametralmente opposta esternalizzazione. Le aziende hanno optato per la coesistenza di queste due pratiche cercando di ponderare i loro rispettivi effetti, questo perché, seppur efficiente, la sola esternalizzazione espone a rischi derivanti dal coordinamento tra l’azienda automobilistica e il produttore esterno.

Il caso più comune è l’interruzione della fornitura di parti necessarie alla costruzione di un’auto, che potrebbe avvenire per varie ragioni, da un cambiamento delle condizioni contrattuali nel corso degli anni, all’impossibilità tecnica di adempiervi. Il produttore principale a questo punto si troverebbe costretto ad affrontare ulteriori spese nel tentativo di compensare con altri mezzi questa mancanza o, nel peggiore di casi, a dover ritardare o interrompere la produzione, con tutti i danni economici e d’immagine che ne deriverebbero.

Per minimizzare tali rischi le aziende automobilistiche sono ricorse a uno schema più flessibile, demandando la produzione dello stesso pezzo a più fornitori e continuando a produrne una parte autonomamente, o ancora, gestendo le relazioni esterne in base alla loro durata e quindi premiando i fornitori secondo la loro “lealtà”.

Emerge quindi che non vi è un’applicazione univoca o standardizzata del concetto di integrazione verticale all’industria automobilistica, piuttosto si fa ricorso ad essa a seconda delle caratteristiche della singola impresa, dei suoi obiettivi e del contesto storico in cui essa opera.

L'integrazione verticale e la concorrenza

Oltre alle motivazioni tecniche precedentemente esposte, il ritorno all'integrazione verticale da parte di alcuni produttori di auto negli anni '20 è spiegato anche dal contesto di mercato in cui si operava all'epoca.

Quando venne introdotto il nuovo concetto di auto vista come "una locomotiva da strada", produttori come General Motors cominciarono a commercializzare i loro modelli sotto più varianti o più marchi, al fine di poter soddisfare ogni tipo di esigenza del consumatore. Questo, come già spiegato, era possibile grazie all'assetto produttivo flessibile e standardizzato, che permetteva di sviluppare più modelli su una singola base meccanica, i quali venivano costantemente aggiornati ogni anno in modo da non subire la concorrenza del mercato dell'usato.

Tale situazione, unitamente alla necessità di mantenere i mezzi già in circolazione, contribuì allo sviluppo del mercato dei pezzi di ricambio, che andò di fatto ad affiancare quello delle autovetture fino a contraddistinguere l'epoca storica.

Massiccio era infatti il ricorso che ne facevano i costruttori, poiché l'aggiornamento costante del loro listino auto poteva avvenire solo attraverso il cambiamento di alcune caratteristiche del mezzo, rendendo quindi la maggior parte delle auto in circolazione meccanicamente simili tra loro al punto tale che, conoscendone le specifiche, era quasi possibile costruirle in maniera autonoma.

Tale situazione cambiò nel momento in cui ci si rese conto che il mercato dei pezzi di ricambio, nonostante fosse il luogo dove la concorrenza tra costruttori era più intensa, rappresentava paradossalmente anche un efficace strumento per limitarla.

Il modello di Hotelling

Il funzionamento della concorrenza nel mercato dell'automobile può essere spiegato attraverso il modello di Harold Hotelling⁵.

Ipotizziamo di avere un segmento AB che rappresenta il mercato e due imprese che sono libere di collocarsi in un punto qualunque di questo segmento. All'interno del mercato è presente un certo numero di consumatori uniformemente distribuiti tra A e B.

Assumiamo inizialmente che i due beni prodotti siano identici e che il consumatore decida da quale impresa acquistare secondo il prezzo e la distanza geografica che lo separa dall'una e dall'altra.

È chiaro che se le imprese si trovassero a una distanza tale da interferire l'una con l'altra sarebbero costrette a competere per attirare i consumatori, abbassando i prezzi. Potendo scegliere dove collocarsi, le imprese sceglieranno di stare più lontane possibile tra loro, in modo tale poter avere ognuna la sua porzione di consumatori senza abbassare i prezzi.

Ipotizziamo adesso che le imprese possano differenziare orizzontalmente il loro prodotto, ma che si trovino fisse a una distanza tale per cui dovrebbero farsi concorrenza. La differenziazione del bene è un'alternativa all'abbassamento dei prezzi, poiché i prodotti sono simili, ma non più identici, quindi ognuno avrà il suo personale bacino di consumatori attratti dall'una o dall'altra caratteristica peculiare del bene. Volendo fare un esempio possiamo confrontare Mercedes e Lexus, entrambe produttrici di berline, in cui la prima punta di più sull'eleganza, la seconda sulla tecnologia.

⁵ Harold Hotelling, *Stability in Competition*, Economic Journal, vol. 39, no. 153 (March 1929), 41-57

Il modello di Hotelling stabilisce quindi un trade-off tra la distanza tra i produttori, le caratteristiche del bene che producono e il suo prezzo.

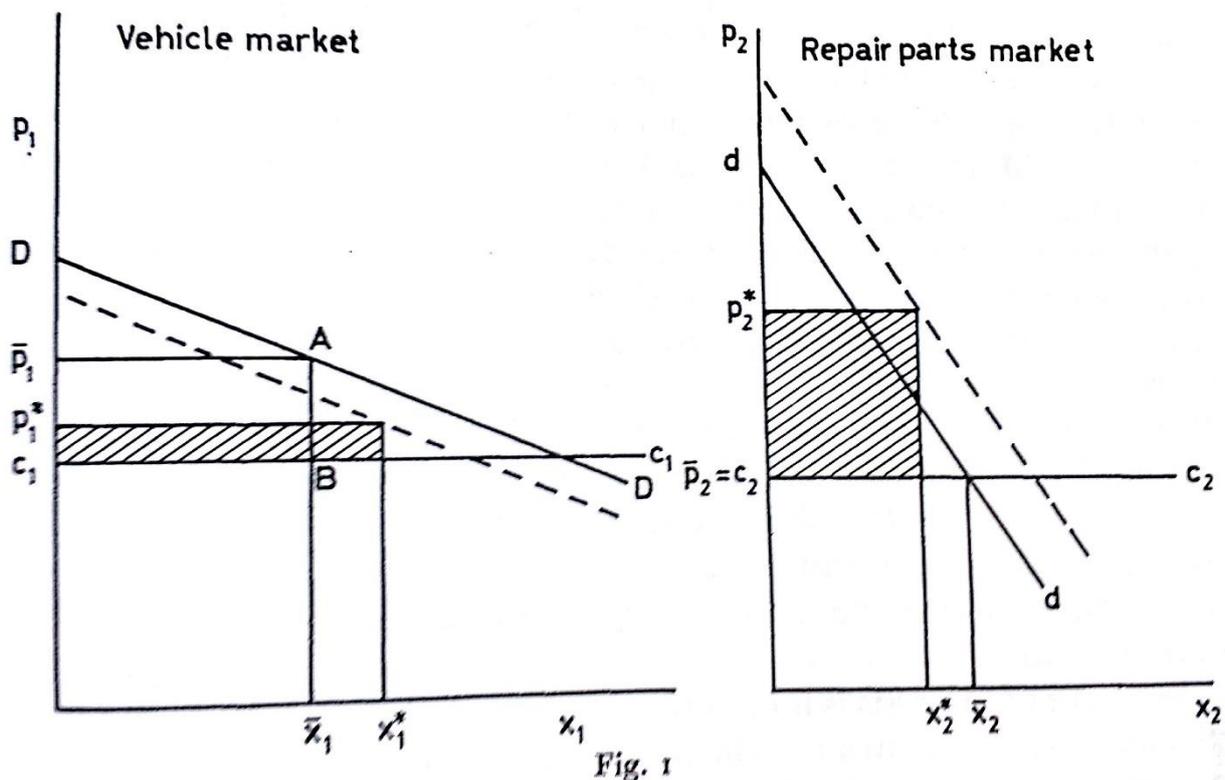
Nel caso del mercato automobilistico, la distanza geografica influisce per lo più sui costi di produzione piuttosto che sul livello di concorrenza e può quindi essere tralasciata. Per quanto riguarda il tipo di bene, si parla di veicoli poco differenziati tra di loro e non è quindi possibile intervenire sul loro prezzo.

Sembrerebbe quindi, secondo questo modello, che l'unica possibilità sia cercare di differenziare i prodotti a partire proprio dalle loro parti meccaniche.

La soluzione a questo problema viene fornita proprio dal mercato dei pezzi di ricambio.

La relazione tra il mercato delle auto nuove e dei pezzi di ricambio

Uno studio del Journal of Industrial Economics⁶ ha spiegato analiticamente l'interazione tra i due mercati. Consideriamo un produttore attivo sia nel mercato delle auto che nel mercato dei pezzi di ricambio, rispettivamente rappresentati in figura 1.



Fonte: Robert Crandall – *Vertical Integration and the Market for Repair Parts in the United States Automobile Industry* – The Journal of Industrial Economics, Vol. 16, N. 3 (Luglio 1968) p.221

Dove x_1 e x_2 sono rispettivamente il numero di auto prodotte e il numero di pezzi prodotti, p_1 e p_2 i rispettivi prezzi. La domanda di autoveicoli, dato un prezzo per i pezzi pari a p_2 è rappresentata da DD, mentre la domanda di pezzi di ricambio, dato un prezzo delle auto pari a p_1 è rappresentata da dd. I costi di produzione si assumono costanti e pari rispettivamente a c_1 per le auto e c_2 per i pezzi. Se il produttore fosse

⁶ Robert Crandall – *Vertical Integration and the Market for Repair Parts in the United States Automobile Industry* – The Journal of Industrial Economics, Vol. 16, N. 3 (Luglio 1968) pp. 212-234

attivo solo nel mercato delle auto venderebbe a un prezzo pari a $c_1 + x_1/a_{11}$, dove a_{11} è uguale a $-dx/dp_1$. Questo prezzo è rappresentato in figura 1 da p_1 .

Assumiamo ora che il produttore sia attivo anche nel mercato dei pezzi di ricambio, se la domanda di questi è meno elastica della domanda di auto, il produttore ridurrà il loro prezzo rispetto a p_1 , aumentando contemporaneamente il prezzo dei pezzi a p_2^* , ben oltre il costo di produzione c_2 .

Dato che auto e pezzi sono beni complementi, una diminuzione nel prezzo delle prime causa un aumento del prezzo dei secondi, ma questo aumento p_2^* fa sì che la domanda di auto trasli verso il basso.

L'equilibrio che ne risulta vede il produttore estrarre gran parte del suo profitto dal mercato dei pezzi di ricambio (area evidenziata nel secondo grafico in figura), mentre la parte derivante dal mercato delle auto viene ridotta.

In conclusione, fintanto che veicoli e pezzi di ricambio sono beni complementi e la domanda dei primi è più elastica di quella dei secondi, i produttori trarranno maggior profitto dalla vendita di pezzi di ricambio che dalla vendita di auto.

Questo ragionamento trova applicazione solo nell'eventualità in cui il mercato dei pezzi di ricambio non sia competitivo, quindi è necessario consolidare il proprio potere all'interno di esso al fine di ottenere i benefici sopra descritti.

In tal senso, diverse sono state le strategie adottate negli anni dai produttori di automobili, tra cui la più usata consiste nell'integrare di nuovo la produzione di pezzi e costruirli secondo specifiche proprietarie, in modo tale da renderli compatibili soltanto con i propri modelli di auto. Non essendo possibile integrare tutta la produzione di parti, sono stati adottati altri accorgimenti per quanto riguarda la porzione esternalizzata, ad esempio l'uso di attrezzi particolari forniti direttamente dal produttore di auto, al fine di poter limitare la disponibilità di know-how e mantenere la sua posizione dominante.

In definitiva, oltre che un modello organizzativo per la produzione del bene finale, l'integrazione verticale applicata in fase di distribuzione rappresenta uno strumento di controllo del mercato, con il quale i produttori di automobili riescono ad aumentare i loro margini di profitto attraverso la vendita di pezzi di ricambio e la gestione diretta dell'assistenza post-vendita, o da parte di riparatori ad essi contrattualmente vincolati.

Il trade-off tra libera concorrenza ed efficienza

Il ricorso all'integrazione verticale a valle come strumento per limitare la concorrenza conduce inevitabilmente al dibattito comune a tutti i corsi universitari di microeconomia, ovvero quale posizione deve assumere il legislatore nei confronti dei fallimenti di mercato, rappresentati nel nostro caso in particolare, delle restrizioni della concorrenza.

Nel caso preso in oggetto da questo lavoro il problema si è rivelato di non immediata risoluzione, poiché, se da una parte i produttori adottano condotte che vanno indubbiamente a ridurre la concorrenza, dall'altra il vietare queste pratiche potrebbe rivelarsi controproducente, vista la loro importanza a livello organizzativo, oltre che concorrenziale.

Sarà oggetto dei prossimi paragrafi l'analisi di questo confronto nelle sue varie sfaccettature attraverso l'attività di regolamentazione svolta dall'Unione Europea nel corso degli anni.

Come accennato all'inizio del capitolo, la produzione e la manutenzione di un mezzo di trasporto di qualunque genere avviene mediante un processo lungo e complicato, in cui si rende indispensabile stipulare accordi con altri produttori, in particolare se si

pensa all'estensione della rete distributiva da coprire che, al giorno d'oggi, è pressoché globale per i produttori più grandi.

Il primo problema si pone quindi prima ancora di affrontare la questione vera e propria, ovvero stabilire una regolamentazione dallo spettro d'azione più esteso possibile. In questo modo è possibile favorire la diffusione dell'attività economica in più paesi contemporaneamente senza incappare in ripetute complicazioni legali. Tale problema costituisce indubbiamente uno degli elementi ispiratori dell'Unione Europea stessa, ed è quindi disciplinato a livello comunitario, attraverso il trattato sulla Comunità Europea prima e il Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea dopo.

Il prossimo aspetto da tenere in considerazione rappresenta la necessità di fornire incentivi a chi produce. Tale questione è ancora di carattere prettamente generale e riguarda tutti i tipi di attività economica volta allo sviluppo e alla commercializzazione di un bene, piuttosto che il solo mercato automobilistico.

Si passa quindi dall'aspetto legislativo in sé a quello imprenditoriale. È fuori discussione che l'automobile rappresenti un bene di prima necessità, la cui commercializzazione è di fatto un interesse collettivo. In particolare, in virtù di tale interesse, è richiesta una costante innovazione del prodotto, non solo a livello estetico come avveniva negli anni '20, ma anche a livello tecnico, visto il sempre crescente numero di sfide che il mercato pone davanti ai costruttori, i quali non potrebbero affrontarle senza consistenti investimenti in ricerca e sviluppo.

Il ragionamento torna quindi al punto di partenza, richiedendo al legislatore di garantire la possibilità per i produttori di realizzare profitti adeguati agli investimenti da compiersi nell'interesse della comunità.

Non è quindi errato parlare di trade-off quando si intende ponderare il livello di concorrenza con quello di efficienza del mercato, in quanto la scelta di soluzioni

estreme è ugualmente dannosa, nel nostro caso non è pensabile permettere ai produttori di imporre il monopolio in un mercato così dinamico, come non lo è imporre regolamentazioni troppo stringenti che andrebbero a soffocare l'attività produttiva e di conseguenza il progresso.

Tali temi, appena accennati, ricorreranno durante l'analisi dei provvedimenti legislativi recenti e verranno da questa ampliati e commentati.

Capitolo 2 - La regolamentazione nell'Unione Europea

L'art 85 TCE

La rimozione di barriere doganali e quindi il libero commercio è da sempre tra i principi ispiratori dell'Unione Europea, la quale, per poterlo garantire al meglio, ha dovuto tener conto di diverse problematiche tra cui quelle sopra esposte e si è adoperata in tal senso per ponderare adeguatamente entrambe le caratteristiche richieste nel mercato: libera concorrenza ed efficienza.

Il primo esempio di regolamentazione della concorrenza a livello comunitario ci viene fornito dall'art. 85 TCE

La priorità è stata innanzitutto quella di proibire tutti gli accordi restrittivi della concorrenza, materia disciplinata dal suo primo comma, che recita testualmente:

“Sono incompatibili con il mercato comune e vietati tutti gli accordi tra imprese, tutte le decisioni di associazioni di imprese e tutte le pratiche concordate che possano pregiudicare il commercio tra Stati membri e che abbiano per oggetto o per effetto di impedire, restringere o falsare il gioco della concorrenza all'interno del mercato comune e in particolare quelli consistenti nel:

- a) Fissare direttamente o indirettamente i prezzi di acquisto o di vendita o altre condizioni di transazione;*
- b) Limitare o controllare la produzione, gli sbocchi, lo sviluppo tecnico o gli investimenti;*
- c) Ripartire i mercati o le fonti di approvvigionamento;*
- d) Applicare, nei rapporti commerciali con gli altri contraenti, condizioni dissimili per prestazioni equivalenti, così da determinare per questi ultimi uno svantaggio nella concorrenza;*

e) Subordinare la conclusione dei contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari, che, per loro natura o secondo gli usi commerciali, non abbiano nesso con l'oggetto dei contratti stessi."

Di seguito, dopo aver imposto tale regola generale, si è reso necessario stabilire alcune deroghe alla stessa, poiché, se applicata unicamente secondo queste modalità, risulterebbe troppo vincolante in settori particolari quali quello automobilistico, finendo per ridurre l'efficienza.

Sulla base di osservazioni empiriche è risultato evidente che alcuni tipi di attività economica sono più produttivi quando possono essere messi in atto accordi che risultano essere restrittivi per la concorrenza. In tal senso il legislatore ha disposto una serie di condizioni che permettono di derogare alle limitazioni di cui sopra nel terzo comma dell'art. 85, sotto riportato.

"Tuttavia, le disposizioni del paragrafo 1 possono essere dichiarate inapplicabili:

- A qualsiasi accordo o categoria di accordi tra imprese;*
- A qualsiasi decisione o categoria di decisioni di associazioni di imprese;*
- A qualsiasi pratica concordata o categoria di pratiche concordate,*

che contribuiscano a migliorare la produzione o la distribuzione dei prodotti o a promuovere il progresso tecnico o economico, pur riservando agli utilizzatori una congrua parte dell'utile che ne deriva (...)"

Il contenuto di questo articolo, per quanto chiaro, necessita di ulteriori dettagli al fine di poter essere applicato adeguatamente. Questo avviene mediante i regolamenti comunitari, i quali definiscono linee applicative da affiancarsi ai concetti principali esposti dalla legge.

Il regime di esenzione introdotto dal regolamento 67/67

Con l'emanazione del regolamento 67/67, che recepisce l'art. 85, si introduce per la prima volta il concetto di "esenzione per categoria", ovvero l'applicazione automatica del terzo comma dell'art. 85 per determinate categorie di attività produttive per cui le quattro condizioni espresse dal terzo comma possono essere considerate normalmente soddisfatte. Tale esenzione può essere anche concessa caso per caso qualora ne venga fatta richiesta, fermo restando il possesso dei requisiti.

Nessun accordo di esenzione specifica per il mercato delle automobili è stato previsto fino al 1985, anche se i produttori potevano comunque beneficiare di tre regolamenti relativi rispettivamente ad accordi di distribuzione esclusiva⁷, accordi di acquisto esclusivo⁸ e accordi di franchising⁹.

Il contenuto di questi tre regolamenti è stato poi accorpato nel nuovo regolamento 123/85, che costituisce il primo esempio di regime di esenzione apposito per il mercato automobilistico, nella speranza che le nuove modalità potessero soddisfare le esigenze dei produttori, in modo tale da vagliare una tipologia standard di domanda di esenzione piuttosto che una quantità elevata di domande individuali per ogni singolo produttore, oltre che definire un quadro normativo più preciso e una maggiore certezza del diritto.

⁷ Regolamento (CE) n. 2790/1999 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, GU L 336 del 29.12.1999, pag. 21-25.

⁸ Regolamento (CEE) n. 1983/83 della Commissione del 22 giugno 1983 relativo all'applicazione dell'articolo 85, paragrafo 3, del trattato CEE a categorie di accordi di distribuzione esclusiva, GU L 173 del 30.6.1983, pag. 1; Corrigendum GU L 281 del 13.10.1983, pag. 24.

⁹ Regolamento (CEE) n. 1984/83 della Commissione del 22 giugno 1983 relativo all'applicazione dell'articolo 85, paragrafo 3, del trattato CEE a categorie di accordi di acquisto esclusivo, GU L 173 del 30.6.1983, pag. 5; Corrigendum GU L 281 del 13.10.1983, pag. 24.

Il regolamento 123/85

Questo regolamento è rimasto in vigore dal 1° luglio 1985 al 30 giugno 1995. È stato introdotto con l'intento di disciplinare mediante un compromesso i numerosi interessi coinvolti nel mercato automobilistico. Innanzitutto era necessario soddisfare l'esigenza del costruttore di poter organizzare una rete di distribuzione efficiente, che può facilmente essere individuata come la ratio ispiratrice del regolamento stesso.

Successivamente l'attenzione del legislatore si è spostata sulle componenti della distribuzione e assistenza post-vendita del prodotto, ovvero su concessionari di auto, produttori e rivenditori di pezzi di ricambio, tutti quanti interessati a mantenere la propria indipendenza economica realizzabile ottenendo un rendimento sufficiente dagli investimenti.

In seguito, ma non certo in ordine di importanza, il regolamento 123/85 ha cercato di tutelare l'indipendenza del consumatore dai mercati locali e quindi la sua possibilità di procurarsi servizi di assistenza e veicoli nuovi in tutto il mercato comunitario a prezzi competitivi.

In modo tale da poter stabilire un compromesso tra questi molteplici interessi, il regolamento 123/85 interveniva sugli accordi di distribuzione e assistenza di tipo "selettivo" ed "esclusivo".

Il criterio di selettività riguarda la possibilità per il costruttore di imporre criteri qualitativi per la selezione dei propri distributori, ad esempio l'obbligo di impiegare specialisti oppure di sistemare il punto vendita secondo le direttive del costruttore. Tale criterio può imporre anche limitazioni nella distribuzione a rivenditori specifici, creando così una rete selettiva che esclude tutte le imprese che non soddisfano i requisiti imposti dal produttore.

Per quanto riguarda l'esclusività, si tratta della possibilità per il produttore di limitare la distribuzione delle imprese a valle solo per determinate aree geografiche, concetto che marcia quindi di pari passo con quello di "mercato rilevante", volto quindi a impedire ai distributori di farsi concorrenza tra loro mediante la loro posizione sul territorio (questo richiama anche il modello di Hotelling precedentemente esposto). Il produttore può comunque riservarsi il diritto di vendere autonomamente a clienti dell'area territoriale di un proprio distributore, in concorrenza con lo stesso.

Limitazioni selettive

Dal punto di vista della selettività, il regolamento 123/85 impone una serie di restrizioni nei confronti dei distributori allo scopo di razionalizzare e quindi migliorare la distribuzione, oltre che il servizio di assistenza.

Per quanto riguarda la distribuzione selettiva, il costruttore ha la possibilità di imporre determinate condizioni minime riguardanti:

- Attrezzature industriali
- Impianti tecnici
- Formazione del personale
- Pubblicità
- Riparazione e manutenzione dei veicoli finalizzate alla sicurezza e all'affidabilità

Come garanzia ulteriore alla selettività prevista dal regolamento, viene imposto anche il divieto per i distributori di fornire prodotti contrattuali a rivenditori indipendenti, i quali, non sarebbero soggetti a tali limitazioni, risultando in una potenziale riduzione della qualità del servizio erogato nei confronti del consumatore.

Queste limitazioni non si applicano invece ai pezzi di ricambio, che possono essere quindi venduti liberamente a rivenditori indipendenti per fini di vendita o

manutenzione di autoveicoli. Sono invece esclusi i grossisti non appartenenti alla rete di distribuzione di un costruttore, poiché si è ritenuto che il loro coinvolgimento avrebbe penalizzato i consumatori vista l'impossibilità di disporre rapidamente dei pezzi di ricambio originali.

Il regolamento impone, sempre in chiave di efficienza, che i costruttori cooperino con i concessionari e i riparatori, informandoli di problemi tecnici e istruzioni di manutenzione, oltre che fornire una formazione adeguata in materia, in modo tale da far lavorare in sinergia le varie unità organizzative, cosa che sarebbe molto più difficile da attuare se il produttore non potesse imporre le limitazioni finora esposte.

Limitazioni esclusive

Dal punto di vista territoriale, il regolamento 123/85 considera l'obbligo di limitare l'attività dei distributori a una regione geografica prestabilita indispensabile per migliorare la distribuzione stessa di autoveicoli. Gli accordi con i produttori che impongono tali limitazioni sono quindi esentati, poiché si è ritenuto che circoscrivere l'attività del distributore per migliorare i servizi di distribuzione e assistenza mediante un più stretto contatto con i consumatori avrebbe orientato l'offerta "in funzione della domanda".¹⁰

Clausole di non concorrenza

Il regolamento 123/85 prevede l'esenzione anche per le clausole di non concorrenza nei rapporti contrattuali tra costruttori e concessionari. Questo significa, in altre parole, che il concessionario non può commercializzare veicoli forniti da altri

¹⁰ Considerando 9 del regolamento 123/85.

costruttori (il cosiddetto “multi-marketing”) o pezzi di ricambio di terze parti che non rispettino gli standard imposti dal costruttore.

L'intento del legislatore in questo provvedimento può essere individuato nella volontà di indurre i distributori a concentrarsi unicamente sui veicoli e sui pezzi forniti dal costruttore, in modo tale ancora una volta da poter fornire un servizio specializzato di qualità superiore rispetto a quello più generale derivante dall'attività di un concessionario multi-marca.

Tale esenzione non ha però carattere assoluto, infatti i concessionari possono liberarsi dal divieto imposto dal costruttore qualora vi fossero giustificati motivi. Per quanto riguarda i pezzi di ricambio invece, il distributore ha facoltà di rivolgersi a produttori differenti a patto che il pezzo sia stato costruito con lo stesso livello qualitativo di quello prodotto dalla casa madre.

Questa alternativa resta comunque inapplicabile a interventi in garanzia o per richiami del veicolo, in quanto si riteneva che l'impiego di pezzi non provenienti dalla casa madre, seppur con standard identici o addirittura superiori, non potesse ritenersi compatibile con la validità della garanzia del prodotto, che quindi decadeva.

Una breve riflessione su questo ultimo punto porta a concludere che questo tipo di decisione, seppur motivato dall'esigenza di offrire la migliore qualità di prodotto e assistenza possibile, finiva inevitabilmente per creare un monopolio legale per i costruttori, i quali erano tutelati dalle condizioni di validità della garanzia a scapito dei consumatori che non avevano quindi la totale libertà di scegliere da chi comprare il pezzo. È importante tenere in considerazione questo ultimo punto perché sarà ripreso dai regolamenti successivi e reinterpretato in maniera differente come vi sarà modo di osservare nei prossimi capitoli.

L'indipendenza economica dei concessionari

L'ultimo aspetto del regolamento da prendere in considerazione è il suo intento di proteggere l'indipendenza economica dei concessionari dal fornitore. In questo senso il regolamento prevede l'inapplicabilità dell'esenzione ad accordi volti a impedire al rivenditore di praticare prezzi di rivendita inferiori a determinati minimi o sconti superiori a determinati massimi. Unitamente a questo viene concessa al fornitore la facoltà di designare nuovi concessionari all'interno del territorio contrattuale o modificare quest'ultimo qualora sussistano validi motivi. Di converso, il concessionario può stipulare, modificare o cessare subcontratti all'interno del proprio territorio senza che il costruttore possa impedirlo arbitrariamente. La durata minima del contratto è fissata a 4 anni con 1 anno di preavviso in caso di cessazione del rapporto.

Tutto questo era volto a proteggere l'investimento del concessionario, contribuendo quindi alla sua indipendenza economica, che rimaneva tuttavia limitata visto che il costruttore poteva comunque imporre target di vendita o decidere circa l'ammontare delle scorte di magazzino del concessionario.

Revoca dell'esenzione di categoria

L'articolo 10 del regolamento 123/85 prevede la revoca, oltre che per incompatibilità con le sue disposizioni e con quelle dell'art. 85 comma 3, per quattro casi specifici:

- **Revoca per mancanza di concorrenza** – logicamente, se il prodotto non ha beni concorrenti all'interno del mercato

- **Revoca a causa di ostacoli al commercio parallelo** – qualora il costruttore impedisca in maniera continuata o sistematica a distributori o utilizzatori finali di acquistare prodotti o servizi non coperti dall'esenzione del regolamento
- **Revoca per differenze di prezzi dovute essenzialmente al regolamento** – derivante appunto da considerevoli differenze di prezzo da paese a paese essenzialmente imputabili ad impegni esentati dal regolamento
- **Revoca a causa di prezzi o condizioni discriminatori senza giustificato motivo** – quando sono applicati prezzi o condizioni non obiettivamente giustificabili aventi per oggetto una compartimentazione del mercato comune

[Il regolamento n.1475/95](#)

Allo scadere del periodo di validità del regolamento 123/85, questo è stato sostituito dal regolamento 1475/95, che è rimasto in vigore fino al 2002. Il principio di funzionamento resta del tutto simile a quello del suo predecessore, è infatti previsto il regime di esenzione alle medesime condizioni fondamentali espresse dal terzo comma dell'art.85.

La commissione europea ha comunque modificato le linee applicative dettate dal suddetto regolamento in base alle esperienze e alle denunce derivanti dall'applicazione del precedente, con l'intento di migliorare il funzionamento del mercato interno degli autoveicoli e intensificare la concorrenza in fase di distribuzione. Per ottenere ciò, sono stati riequilibrati gli interessi presenti, stavolta rafforzando i diritti e le libertà dei concessionari, dei produttori di pezzi di ricambio, dei riparatori indipendenti e dei consumatori.

Tra gli obiettivi fondamentali del nuovo regolamento vi è ancora quello di assicurare l'efficienza della distribuzione di autoveicoli e dell'assistenza a vantaggio dei consumatori, ma con un sistema differente rispetto al passato, ovvero cercando di stimolare la concorrenza all'interno delle reti di distribuzione di veicoli nuovi e pezzi di ricambio. Questo dovrebbe permettere di ampliare la scelta del consumatore secondo i principi del mercato unico¹¹. Per conseguire tale obiettivo vengono riviste le condizioni relative all'esclusività degli accordi di distribuzione.

Sempre in chiave di aumento della concorrenza, è obiettivo del regolamento 1475/95 di rafforzare l'indipendenza del concessionario nei riguardi dei costruttori, favorendo questa volta il multi-marketing, che era stato invece limitato dal regolamento 123/85.

Il regolamento 1475/95 si occupa anche di fornire nuove disposizioni riguardanti il mercato di pezzi di ricambio dei costruttori, rendendolo più accessibile ai riparatori, che avranno quindi migliori possibilità di competere.

Da un punto di vista più strettamente giuridico, l'intento è quello di chiarire ulteriormente la distinzione tra comportamenti ammessi e comportamenti non ammessi, con l'ampliamento della lista delle "clausole nere", già presenti nel precedente regolamento.

Concorrenza tra distributori

Come già affermato in precedenza, uno dei presupposti fondamentali alla base dell'esenzione prevista dall'art. 81 è l'esistenza di una concorrenza effettiva all'interno del mercato, la quale è presente sia a livello produttivo tra costruttori, sia a livello distributivo tra concessionari, di uno stesso marchio e non. Sulla base di

¹¹ Cfr. considerando 26 del regolamento 1475/95

questo fenomeno, è obiettivo principale far sì che il consumatore possa trarre beneficio attraverso una serie di disposizioni specifiche¹².

Partendo dalla concorrenza tra distributori dello stesso marchio, il regolamento 1475/95 stabilisce che i concessionari appartenenti a una rete distributiva devono essere liberi di vendere a clienti finali, direttamente o tramite un intermediario, e ad altri concessionari della stessa rete, a prescindere dal luogo di residenza nell'UE. Per contro non sono invece autorizzati a rifornire imprese che non facciano parte della rete distributiva, svolgendo unicamente attività di rivendita¹³.

A differenza del regolamento precedente, i concessionari possono vendere a clienti di provenienza alla loro area di competenza o ricercane direttamente, a patto che non usino pubblicità personalizzata che specifichi il nome o la posizione del concessionario. Questo provvedimento consente al consumatore di poter scegliere il proprio concessionario, aumentando la concorrenza tra questi ultimi e impedendo al contempo loro condotte scorrette che li indurrebbero a contendersi mercati esterni alla loro area di competenza.

Lo strumento competitivo principale concesso ai distributori dello stesso marchio è la possibilità di offrire ai clienti sconti e altri benefici, oltre che migliorare le proprie capacità professionali offrendo un servizio migliore. I margini concessi da questi strumenti sono comunque molto esili perché tutti i concessionari hanno strutture dei prezzi simili e non vi sono incentivi per i costruttori ad abbassare i prezzi nei confronti di chi ordina un quantitativo maggiore di prodotto.

¹² Cfr. considerando 30 del regolamento 1475/95.

¹³ Articolo 3, punti 10 e 11 del regolamento 1475/95.

Concorrenza nel mercato dei pezzi di ricambio

Il ruolo della concorrenza in questo mercato acquisisce importanza solo alcuni anni dopo la vendita del veicolo nuovo, poiché nella maggior parte dei casi, il consumatore sfrutterà la garanzia del mezzo e si rivolgerà al suo produttore piuttosto che a un riparatore esterno, visto anche il rischio di decadenza della garanzia stessa. La situazione va modificandosi allo scadere di queste, quando il ricorso a riparatori indipendenti si fa molto più frequente nel tentativo di ottenere prezzi più vantaggiosi quando non è possibile addirittura intervenire autonomamente sul mezzo. I criteri generalmente usati dal consumatore per la scelta del riparatore sono la distanza geografica dalla sua ubicazione e ovviamente la qualità del servizio.

Se il regolamento 123/85 aveva stabilito condizioni particolarmente favorevoli per i costruttori, motivandole con la necessità di assicurare l'efficienza, il legislatore non è stato dello stesso avviso nel regolamento 1475/95, in cui si assiste a un'inversione di tendenza risultante in uno spostamento della tutela verso i concessionari. Queste regole si sono rese necessarie poiché i concessionari sono di solito piccole-medie imprese non in grado di controbilanciare il potere economico del costruttore.

Il cambiamento fondamentale consiste nella facoltà dei concessionari di poter impiegare pezzi di ricambio di qualità equivalente acquistati da produttori esterni¹⁴, mentre è vietato l'utilizzo di pezzi di qualità inferiore.

La libertà per i concessionari di procurarsi pezzi di ricambio di qualità corrispondente per i lavori di manutenzione e riparazione ha quindi un impatto positivo sulla concorrenza, visto che si potrà porre maggiore attenzione all'efficienza nello svolgere il lavoro piuttosto che nella disponibilità dei mezzi per eseguirlo.

¹⁴ I pezzi di ricambio corrispondenti possono essere utilizzati per le riparazioni fuori garanzia se la riparazione non avviene nell'ambito di una campagna di richiamo. Cfr. articolo 4, punto 7) e articolo 10, punto 11) del regolamento 1475/95.

Purtroppo questa disposizione non è risultata sufficiente a stimolare il mercato dei pezzi di ricambio forniti da produttori esterni, in quanto la Commissione Europea, sulla base di questionari inoltrati ai concessionari ha calcolato una percentuale di impiego di pezzi equivalenti in misura variabile tra il 5% e il 20%.

La ragione di questo scarso impiego di pezzi di terze parti può essere rintracciata nei maggiori incentivi (o deterrenti) forniti dai costruttori ai concessionari. Questi ultimi potevano infatti beneficiare di sconti molto elevati (dal 30% al 50% secondo la Commissione) sui pezzi originali, i cui profitti di vendita contribuiscono al raggiungimento di premi di produzione a fine anno.

I costruttori inoltre, nonostante il regolamento, avevano ancora una forte influenza sui concessionari, potendo loro raccomandare gli stock minimi consigliati per la massima efficienza o decidere di interrompere i loro rapporti contrattuali qualora il concessionario avesse fatto eccessivo ricorso a pezzi di terze parti.

Accesso a pezzi di ricambio originali da parte di produttori indipendenti

Il regolamento 1475/95 autorizza i distributori a fornire pezzi di ricambio originali ai riparatori indipendenti per gli interventi su un autoveicolo¹⁵. Tale disposizione garantisce che i riparatori, avendo accesso a queste parti, possano competere con le reti dei costruttori stessi nella riparazione e manutenzione dei veicoli. Tuttavia, di norma, i costruttori vendono i loro pezzi a un prezzo più alto rispetto a quello praticato ai concessionari, il che può ridurre il vantaggio competitivo dei riparatori indipendenti.

I riparatori indipendenti dipendono anche dalla disponibilità di informazioni tecniche, a cui il regolamento intende promuoverne l'accesso. Con la forte diffusione

¹⁵Regolamento 1475/95 Articolo 3, paragrafo 1, punto 10, lettera b).

dell'elettronica applicata alla meccanica dei veicoli, questa caratteristica rivestirà un ruolo di primaria importanza nello sviluppo tecnico e concorrenziale dei produttori automobilistici prima e nell'attività del legislatore dopo.

Il multi-marketing

Il regolamento 1475/95 disciplina un aspetto invece limitato dal suo predecessore, che sarà oggetto di interesse anche per i regolamenti successivi, ovvero la possibilità per un concessionario di vendere autoveicoli forniti da soggetti diversi dal costruttore. Questa è subordinata ad alcune condizioni, è infatti necessario che le vendite siano eseguite da una persona giuridica distinta, in locali di vendita separati, sottoposti a una gestione anch'essa separata, in modo tale che non possa essere fatta confusione tra i marchi¹⁶. Il fornitore deve esonerare il concessionario da tali obblighi qualora sussistano giustificati motivi¹⁷.

Tali regole tuttavia impongono al concessionario pesanti carichi dal punto di vista finanziario vista la doppia entità dell'investimento richiesto, rendendo questa possibilità poco allettante dal punto di vista economico. In pratica i veri concessionari multimarca sono quindi rari, ma non è difficile trovare concessionari che vendono modelli di marchi differenti appartenenti allo stesso gruppo (es. un concessionario Volkswagen, Audi e Porsche), giungendo alla conclusione che gli obiettivi di un aumento della concorrenza attraverso il multi-marketing, non sono stati raggiunti dal presente regolamento¹⁸.

¹⁶ Articolo 3, paragrafo 1, punto 3.

¹⁷ Articolo 5, paragrafo 2, punto 1; cfr. anche l'opuscolo della Commissione sul regolamento 1475/95, domanda 7: tali giustificati motivi esistono se gli obblighi impediscono ad un concessionario di operare su una base di sufficiente redditività.

¹⁸ Relazione della Commissione della Concorrenza del Regno Unito, punti da 2.328 a 2.339

Le problematiche incontrate dalla Commissione Europea nel tentativo di realizzare gli obiettivi posti dal regolamento rappresentano le nuove sfide che essa dovrà affrontare nella stesura dei regolamenti successivi, trovandosi quindi chiamata a migliorare una normativa di sicuro oculata, ma ancora acerba e vulnerabile all'evoluzione del mercato automobilistico e alle pratiche commerciali.

[Il regolamento n.1400/2002](#)

Decorso il periodo di validità del regolamento 1475/95, questo è stato sostituito dal regolamento 1400/2002, anche noto come “decreto Monti”¹⁹. Con la sua introduzione, la Commissione ha rivisto le linee applicative dell'art. 85 (ora divenuto art. 81) partendo proprio dai problemi della concorrenza che non era riuscita a disciplinare adeguatamente in precedenza.

In tal senso, è stato modificato l'intero assetto della normativa, basandosi stavolta sulla politica generale espressa nel regolamento 2790/1999²⁰ e fornendo disposizioni specifiche circa la concorrenza nel mercato automobilistico. Il nuovo regolamento ha quindi un approccio di tipo più economico, partendo dal principio secondo cui spetta agli operatori economici organizzare la distribuzione secondo le proprie esigenze.

Il precedente regolamento 1475/95 era ben lontano da questo tipo di approccio, al contrario, tentava di indurre gli operatori ad agire secondo un unico modello organizzativo, nella speranza di stimolare la concorrenza nel mercato. Questo non era tuttavia possibile per via delle differenti caratteristiche dei singoli operatori, i quali si trovavano costretti ad adeguarsi a un sistema rigido che finiva per limitarne l'efficienza, piuttosto che favorirla. La condotta degli operatori nel periodo tra il 1995

¹⁹ Approvato da Mario Monti in qualità di commissario europeo per la concorrenza il 31/7/2002.

²⁰ Regolamento CE che recepisce il regime di esenzione dell'art. 81 comma 3 in via generale per attività economiche non disciplinate da un regolamento specifico

e il 2002 è stata in più occasioni volta a cercare alternative che permettessero di aggirare le disposizioni, decretando quindi l'inefficacia in più punti del regolamento 1475/95 come esposto nei punti del capitolo precedente.

Di conseguenza, il nuovo regolamento ha adottato un approccio meno prescrittivo, in modo tale da permettere ai distributori di organizzarsi secondo la modalità che ritengono più adatta. Alla concessione di tale libertà è corrisposto un inasprimento delle condizioni di esenzione in modo da assicurarsi che questa non venga applicata ad accordi volti a danneggiare distributori o consumatori. Volendo fare una metafora è come se la Commissione avesse ristretto il recinto ma avesse rimosso tutti gli ostacoli al suo interno. Questo dovrebbe permettere di conseguenza lo sviluppo di forme di distribuzione innovative.

La Commissione si è focalizzata molto sulla regolamentazione del mercato dei pezzi di ricambio, poiché, secondo una sua indagine²¹, i costi di manutenzione e riparazione di un'auto incidono per circa il 40% sul costo totale della proprietà. Considerando anche le lacune della precedente regolamentazione, è quindi indispensabile disciplinare adeguatamente tale parte del mercato in ottica sia di miglioramento della produttività, sia di tutela del consumatore.

La prima novità sta nella definizione di soglie massime della quota di mercato detenuta da un singolo produttore affinché possa godere dell'esenzione, generalmente si tratta del 30% anche se si può arrivare al 40% per la distribuzione selettiva basata su criteri quantitativi di autoveicoli nuovi. L'esenzione inoltre, è ora prevista soltanto per gli accordi che soddisfino alcune condizioni generali, esposte nell'art. 3 del regolamento.

²¹ Andersen, "Study on the impact of possible future legislative scenarios for motor vehicle distribution on all parties concerned", pag. 43, sezione II.2.1.B; pubblicato su Internet: http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/.

Lo scopo principale, sul quale buona parte del regolamento si concentra, è ancora quello di favorire la concorrenza, tuttavia, avendo adottato un approccio meno rigido, si è reso necessario circoscrivere il campo entro cui gli operatori possono liberamente muoversi mediante un ampliamento della lista delle “clausole nere”²².

Sono inoltre previste alcune condizioni specifiche²³ per certe restrizioni verticali, in particolare obblighi di non concorrenza e clausole di ubicazione.

Distribuzione di autoveicoli nuovi

Al riguardo, il regolamento si propone di realizzare i seguenti obiettivi:

- Vietare la combinazione di distribuzione selettiva ed esclusiva consentita dal regolamento 1475/95, potrà essere scelta una sola modalità quando vengono nominati i propri distributori per ottenere l'esenzione.
- Rafforzare la concorrenza tra distributori nei vari Stati membri (all'interno della stessa marca) e migliorare l'integrazione del mercato. Non sono più esentati gli accordi verticali che limitano le vendite attive e passive da parte dei concessionari, nonché le clausole di ubicazione²⁴ precedentemente previste.
- Eliminare l'obbligo per la stessa impresa di effettuare sia la vendita sia i servizi di assistenza²⁵. Non sono più esentati gli accordi che impediscono ai concessionari di subappaltare i servizi di assistenza e riparazione a soggetti autorizzati conformi agli standard qualitativi del produttore²⁶.

²² Cfr. articolo 4

²³ Cfr. articolo 5

²⁴ Dopo il 30 settembre 2005. Cfr. articolo 5, paragrafo 2, lettera b) e articolo 12, paragrafo 2. Con la clausola di ubicazione un produttore obbliga un rivenditore a operare solo da un certo luogo di stabilimento, che può essere un indirizzo, una città o un territorio.

²⁵ Comunemente definito come collegamento tra vendita e servizi di assistenza.

²⁶ Art. 4, paragrafo 1, lettera g)

- Facilitare la vendita multimarca, è ora possibile per un unico distributore vendere marche diverse senza l'obbligo che sia una differente persona giuridica a farlo. Resta l'obbligo di esporre auto di marche differenti in aree distinte dell'autosalone

Riparazione e manutenzione degli autoveicoli

Il regolamento 1400/2002 continua ad avere un approccio più rigido, pur mantenendo parte degli elementi del precedente regolamento 1475/95. L'intento è quello di assicurare al consumatore la possibilità di scelta tra alternative diverse e garantire che tutti gli operatori siano in grado di offrire servizi di qualità e quindi di contribuire alla sicurezza e affidabilità del veicolo. Di seguito gli obiettivi principali del regolamento in materia:

- Permettere ai produttori di imporre criteri selettivi per i riparatori autorizzati nella misura in cui questo non ostacola l'esercizio dei diritti contemplati nel regolamento
- Garantire l'ammissibilità di qualunque riparatore autorizzato alla rete di un produttore qualora soddisfi i suoi criteri qualitativi. In questo modo, riparatori efficienti avranno la possibilità di collocarsi ovunque sul mercato, favorendone la concorrenza e il miglioramento dell'esperienza tecnica disponibile
- Migliorare l'accesso da parte di riparatori autorizzati a pezzi di ricambio in concorrenza con i pezzi venduti dal produttore del veicolo
- Conservare e rafforzare la posizione concorrenziale dei riparatori indipendenti, diretta conseguenza del punto di cui sopra, oltre che derivante dall'estensione del diritto di accesso a know-how e a strumenti specifici. Viene imposto quindi

l'accesso da parte di riparatori indipendenti alle informazioni tecniche del costruttore²⁷.

La relazione di valutazione della Commissione Europea

Come previsto dal regolamento stesso²⁸, la Commissione Europea ha controllato con cadenza regolare il funzionamento delle sue disposizioni, stilando una relazione in cui valuta gli effetti della normativa e le eventuali problematiche presenti da prendere in considerazione per redigere il regolamento successivo.

La relazione si apre con una valutazione complessivamente positiva del regolamento 1400/2002, il quale ha contribuito a proteggere la concorrenza sia sul mercato di autoveicoli nuovi, sia su quello dei servizi post-vendita, nonostante un differente approccio rispetto al passato. Condizioni di esenzione più rigide, unite a una maggiore libertà di operare sul mercato hanno generato effetti positivi. Anche disposizioni a favore dei costruttori²⁹, che sono notoriamente l'anello più forte della catena, hanno permesso di mantenere il giusto equilibrio.

Oltre a un aumento della concorrenza, viene registrato un crescente dinamismo all'interno del mercato, un ribasso significativo dei prezzi reali degli autoveicoli nuovi, nonché l'ingresso di nuovi produttori, che si è tradotto in maggiori possibilità di scelta del prodotto da parte del consumatore. Anche la concorrenza all'interno dello stesso marchio è aumentata in seguito alle liberalizzazioni territoriali previste dal regolamento, gli effetti si sono ancora una volta rivelati positivi nonostante la diminuzione della concentrazione di mercato. Si prevede una ulteriore diminuzione in futuro vista la possibile entrata di investitori esteri, il che impone di tenere il

²⁷ Art. 4 paragrafo 2

²⁸ Art. 11 punto 2

²⁹ Art. 3 punti 3 e 5

fenomeno sotto osservazione per poter ovviare agli eventuali problemi che potrebbe causare, anche se il mercato europeo è ancora lontano dai livelli di concentrazione di quello americano, lasciando ancora spazio a margini di profitto.

Per quanto riguarda i servizi post-vendita, il regolamento 1400/2002 ha avuto effetti positivi, causando un aumento del numero di riparatori indipendenti, la maggior parte dei quali ha avuto la possibilità di specializzarsi in interventi su autoveicoli di costruttori diversi.

Sono stati invece riscontrati problemi circa la disponibilità di conoscenze tecniche e know-how, nonostante il regolamento ne abbia facilitato l'accesso da parte dei riparatori. Questo è avvenuto perché nel corso degli anni Duemila è stato fatto un ricorso sempre più frequente a sistemi elettronici per la gestione del veicolo, andando lentamente a rimpiazzare parti meccaniche. I software di gestione di tali sistemi sono quasi sempre proprietari, quindi, la formazione di personale qualificato ad operarvi risulta essere un investimento particolarmente gravoso, che può essere affrontato solo da catene di officine particolarmente grandi.

Rimangono inoltre alcune limitazioni all'accesso di alcuni tipi di pezzi di ricambio, in particolare quelli cui si applica la protezione giuridica dei disegni o dei modelli all'interno di alcuni Stati membri e quelli prodotti in virtù di accordi di subappalto, disciplinati da una comunicazione della Commissione risalente al 1979³⁰, i quali, non rientrerebbero nel campo di applicazione dell'art 81 comma 1. Nel primo caso, si tratta di una tutela a favore del costruttore legalmente prevista, nel secondo sarebbe opportuna una revisione della comunicazione dei subappalti per chiarire meglio le

³⁰ Comunicazione della Commissione del 18 dicembre 1979, relativa alla valutazione dei contratti di subfornitura alla luce dell'art. 85, par. 1 del trattato che istituisce la CEE.

circostanze in cui tali pratiche possono rientrare nel campo di applicazione dell'art 81 comma 1.

Ancora una volta queste problematiche andranno a costituire la base per redigere il prossimo regolamento, nel tentativo già messo in atto di riuscire a trovare un equilibrio che richieda sempre meno correzioni.

[Il quadro normativo dopo il decreto Monti](#)

In seguito alla ratifica del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea, l'art. 81 è divenuto art. 101, ed è stato recepito dai nuovi regolamenti 330/2010 e 461/2010, il primo volto a disciplinare il funzionamento di accordi verticali e pratiche concordate in ambito generale, il secondo è invece specifico per il settore automobilistico.

Il particolare, ai sensi dell'art. 4, il regolamento 461/2010 *si applica agli accordi verticali relativi all'acquisto, la vendita o la rivendita di pezzi di ricambio per autoveicoli e alla fornitura di servizi di riparazione e manutenzione per autoveicoli*. La Commissione ha ritenuto che non fosse più necessario disciplinare il mercato delle auto nuove con un apposito regolamento poiché, nonostante la crisi economica, i livelli di concorrenza al suo interno sono rimasti molto alti, rendendo sufficienti le disposizioni generali del regolamento 330/2010.

Questa scissione delle due discipline lascia concludere che il legislatore è in parte riuscito a trovare un valido equilibrio per disciplinare la distribuzione delle auto nuove, individuabile nell'imposizione di quote di mercato massime del 30% per beneficiare dell'esenzione.

Onde concedere a tutti gli operatori il tempo per adeguarsi al regime generale, viene prorogato il periodo di validità del regolamento 1400/2002 per quanto riguarda le

condizioni che si riferiscono specificamente agli accordi verticali relativi all'acquisto, la vendita o la rivendita di autoveicoli nuovi.

La stessa situazione concorrenziale non si verifica invece per il mercato dei pezzi di ricambio, in cui, causa anche la distribuzione per marchi, sussiste il possibile rischio per i consumatori di essere danneggiati da pratiche anticoncorrenziali. In effetti, negli ultimi anni il costo medio di riparazione è effettivamente aumentato complici la maggiore complessità tecnologica dei nuovi pezzi e l'adozione di nuovi stratagemmi per negare l'accesso dei riparatori a dati tecnici e il rifiuto di onorare le garanzie se i consumatori fanno riparare il veicoli presso officine indipendenti.

[Aumentare la concorrenza nel mercato della riparazione, manutenzione e dei pezzi di ricambio](#)

Il regolamento 461/2010 disciplina gli accordi riguardanti i pezzi di ricambio "ad acquisto obbligatorio", ovvero acquistabili soltanto dal costruttore o da membri delle sue reti autorizzate³¹.

Non saranno più esentati automaticamente gli accordi tra le reti autorizzate di costruttori e distributori di pezzi di ricambio, poiché tali reti detengono generalmente una quota di mercato superiore al 30%. Questo si tradurrà in una maggiore attività di controllo da parte della Commissione, che avrà però il beneficio di individuare più facilmente gli accordi volti a danneggiare consumatori e riparatori esterni.

³¹ Art. 5 Regolamento 461/2010

Accesso dei riparatori indipendenti alle informazioni tecniche

Come già affermato precedentemente, la limitazione più significativa che i costruttori possono imporre ai riparatori indipendenti è rappresentata dal mancato o incompleto accesso alle loro informazioni tecniche. Nonostante le disposizioni in materia precedentemente previste dal legislatore, questo fenomeno resta ancora in primo piano nel processo di regolamentazione, poiché la Commissione si è trovata a fronteggiare un gran numero di violazioni, oltre a quelle non rilevate, sia per via del semplice rifiuto di comunicare le specifiche, sia per l'attuazione di condotte volte ad aggirare i regolamenti stessi.

Come già ravvisato durante il periodo di validità del decreto Monti, l'impiego dell'elettronica nella gestione delle parti meccaniche di un veicolo ha fornito un valido strumento anticoncorrenziale per i costruttori, i quali si sono serviti di software proprietari e specifiche tecniche sempre più complesse in modo tale da impedire a riparatori esterni di intervenire senza una formazione tecnica specifica.

Il regolamento 461/2010 cerca di contrastare questo fenomeno restringendo il suo campo di applicazione e rimandando ad altri regolamenti per ulteriori limitazioni.

Sempre in virtù del presunto superamento della quota del 30%, il negato accesso alle informazioni tecniche verrà trattato ai sensi dell'art. 101 primo comma, data l'importanza per il consumatore della presenza di riparatori indipendenti al fine di fornire maggiore scelta.

Sono comunque in corso di adozione nuove norme che garantiscono l'accesso alle informazioni tecniche per i modelli omologati dopo il 1° settembre 2009. Stabilendo un legame con il regolamento 715/2007, relativo all'omologazione di veicoli a motore, la Commissione Europea assicurerà la disponibilità di tali informazioni anche per modelli prodotti prima di tale data.

Concessionari multimarca

Nonostante fosse stato oggetto di attenzione sia dal regolamento 1475/95, sia dal regolamento 1400/2002, il ricorso al multi-marketing è continuato a dipendere dalle dimensioni dei concessionari e dalla ubicazione geografica (è più facile che un concessionario multimarca sorga in aree remote, in seno a grossi gruppi di concessionari).

Nonostante le disposizioni dei precedenti regolamenti in materia, il multi-marketing è stato oggetto di un costante ostruzionismo da parte dei costruttori, i quali, rivendicando il diritto di preservare l'identità del proprio marchio, hanno fatto pressioni sui loro distributori affinché questi effettuassero investimenti aggiuntivi volti a tutelarla (organizzazione della catena distributiva, caratteristiche fisiche degli autosaloni...) ove il regolamento non lo impedisse.

Questi maggiori costi per i distributori si sono tradotti in aumenti di prezzo del veicolo e dei servizi di manutenzione eventualmente offerti dai concessionari, a scapito del consumatore finale.

Un'altra limitazione al multi-marketing è conseguenza della limitazione, precedentemente esposta, all'accesso a informazioni tecniche. La loro crescente complessità impone ancora una volta un investimento importante per il concessionario, che difficilmente sarà in grado di sostenerlo per due o più marchi.

Le nuove norme lasciano ai costruttori automobilistici un più ampio margine di manovra per organizzare le proprie reti di distribuzione, in modo da poter valutare adeguatamente la scelta tra monomarca e multimarca. Sono state rimosse le durate minime dei contratti tra costruttore e concessionario poiché dalle esperienze passate

sono risultate essere molto costrittive sia per l'uno che per l'altro, costituendo quindi un ostacolo piuttosto che un'agevolazione.

La Commissione ha comunque mantenuto l'esenzione per accordi concernenti l'obbligo di monomarchismo come tutela per la distribuzione dei veicoli prodotti da marchi più piccoli, a patto che vengano rispettate le seguenti condizioni:

- Quota di mercato del marchio che impone l'accordo inferiore al 30%
- Tali accordi possono godere dell'esenzione per soli 5 anni, dopodiché il concessionario dovrà essere liberato dall'obbligo di monomarchismo.
- Non sono esentate restrizioni al multi-marketing quando questo è volto alla commercializzazione di altri marchi più piccoli disponibili nello stesso punto vendita.
- Le autorità antitrust si riservano il diritto di revocare l'esenzione qualora venga usata per finalità anticoncorrenziali nei confronti di altri marchi.
- Qualora l'obbligo di monomarchismo fosse diffuso su un determinato mercato in misura maggiore del 50%, la Commissione può adottare un regolamento apposito per dichiarare inapplicabile l'esenzione di cui sopra.

Garanzia degli autoveicoli

La Commissione ha riconosciuto la possibilità da parte del costruttore di fare un uso improprio delle condizioni di garanzia di un autoveicolo per fini anticoncorrenziali.

Questo avviene ad esempio quando il costruttore prevede la decadenza della garanzia qualora vengano effettuati interventi sul veicolo da parte di riparatori indipendenti o vengano utilizzati pezzi di ricambio equivalenti non prodotti dal costruttore stesso.

Tale condotta rappresenta chiaramente una limitazione della concorrenza di riparatori esterni e viene fatta rientrare nel campo di applicazione dell'art. 101

comma 1. È ovvio però che il costruttore potrà rifiutarsi di intervenire sul veicolo in garanzia se il lavoro non è stato svolto correttamente o i pezzi impiegati non sono di qualità equivalente.

Capitolo 3 – Considerazioni sugli effetti della regolamentazione nei confronti degli stakeholders

L'analisi delle dinamiche concorrenziali nel mercato dell'automobile è stata finora condotta dal presente lavoro prima attraverso la definizione dei concetti fondamentali con un'indagine storica, dopodiché, sulla base di questi, sono stati esposti i regolamenti della Comunità Europea in materia. Attraverso un processo di *backward-induction* è ora possibile fare considerazioni circa le conseguenze, dirette e indirette, degli effetti che l'interazione regolamenti-stakeholders ha sull'intera comunità.

Il motivo della scelta di prendere a modello i regolamenti della Comunità Europea risiede nel fatto che questi, oltre a servire come modello di regolamentazione, forniscono un quadro dettagliato della situazione del mercato attraverso il loro confronto, cosa che altrimenti sarebbe possibile solo attraverso un'attività di ricerca molto più complessa e in alcuni casi improduttiva perché alcuni dati non sono disponibili e dovrebbero essere osservati empiricamente.

Considerazioni circa l'attività del legislatore

Il discorso riguardante il ruolo del legislatore è partito con un'affermazione di carattere puramente accademico, ovvero che non sarebbe stato possibile trovare una soluzione adeguata ai fallimenti del mercato automobilistico adottando misure estreme volte a raggiungere casi limite, quali una totale restrizione delle condotte dei costruttori o una totale liberalizzazione.

Nel corso dell'analisi dei regolamenti questo concetto è stato non solo confermato, ma ulteriormente ampliato nella sua dimensione temporale e tecnologica. È emerso infatti che, oltre a dover adottare una politica che si collochi in un trade-off tra

efficienza e concorrenza, tale politica potrebbe risultare efficace in un determinato contesto storico o tecnologico, come rivelarsi inutile o addirittura controproducente in un altro. Basti pensare alle posizioni assunte nel tempo dal legislatore, il regolamento 123/85 era orientato in direzione del costruttore con l'intento di favorire le innovazioni tecnologiche, ma questa posizione è andata spostandosi sempre più verso i distributori e i consumatori con i regolamenti successivi. Questo è avvenuto perché l'innovazione nei sistemi produttivi è ormai indipendente e non richiede più di un intervento specifico da parte del legislatore, in altre parole è stato necessario creare inizialmente le condizioni in cui il costruttore potesse operare in maniera conveniente, dopodiché si è provveduto a tutelare maggiormente il consumatore.

È stato e sarà ancora compito del legislatore, quindi, osservare la realtà che è chiamato a regolamentare e fornire una normativa che tenga conto:

- Del contesto storico in cui si opera e in cui si è operato in passato
- Dei dati empirici derivanti dalla sua attività di vigilanza
- Delle prospettive di cambiamento della situazione attuale

[Evoluzione degli obiettivi della regolamentazione](#)

Volendo analizzare l'evoluzione dei regolamenti secondo le loro finalità, è possibile ricostruire una scala delle priorità che il legislatore ha avuto nel tempo, riassumibile in tre fasi:

- Prima fase (regolamenti 123/85 e 1475/95) – il legislatore ha a cuore la creazione di un libero mercato **comunitario**, viene infatti posta particolare attenzione nei confronti dell'organizzazione del settore distributivo, inclusi obblighi di posizionamento e condotta nei confronti del costruttore da parte

del concessionario. Vengono adottate alcune disposizioni riguardanti il mercato dei pezzi di ricambio

- Seconda fase (regolamenti 1475/95 e 1400/2002) – il legislatore si focalizza sulla regolamentazione del mercato di auto nuove, si cerca di imporre prima un modello prefissato che non viene però recepito correttamente dai costruttori, salvo poi effettuare un'inversione di tendenza con l'introduzione del decreto Monti, riuscendo quindi a raggiungere un equilibrio ottimale tra concorrenza ed efficienza. Lo stesso non si realizza nel mercato dei pezzi di ricambio nonostante la normativa in continuo aggiornamento.
- Terza fase (regolamenti 1400/2002, 330/2010 e 461/2010) – si lascia che la regolamentazione del mercato delle auto nuove prosegua per inerzia sulla base delle disposizioni vincenti del decreto Monti e si focalizza la propria attenzione sul mercato dei servizi post-vendita, quali assistenza, riparazione e fornitura di pezzi di ricambio.

È chiaro quindi che il legislatore abbia tenuto conto delle necessità dettate dal periodo storico, organizzando il suo lavoro per gradi e cercando di disciplinare al meglio le problematiche riscontrate durante la sua attività di regolamentazione. Si può osservare che il campo di applicazione dei regolamenti è andato via via restringendosi, partendo da obiettivi di carattere generale come la formazione di un mercato comunitario fino alla disciplina dei pezzi di ricambio. Se ne deduce quindi che un assetto legislativo semplificato è la scelta migliore per favorire l'efficienza e assicurare la libera concorrenza. Tale assetto, tuttavia, non può essere imposto immediatamente, poiché vi sono evidenti asimmetrie informative che impediscono di conoscere a priori le dinamiche concorrenziali. È necessario quindi incanalare la problematica in una specifica normativa dettagliata, dopodiché, osservando empiricamente le conseguenze, intervenire sulla stessa, semplificandola.

Evoluzione di produzione e distribuzione

In questo caso, la normativa europea è stata introdotta quando la produzione di automobili aveva già raggiunto la sua maturità. Parliamo quindi di un mercato in cui lo scopo del costruttore era unicamente concepire un modello di auto all'avanguardia per poi farlo distribuire alla sua rete organizzata alle sue condizioni. Di certo i costruttori sono stati l'operatore che ha pagato maggiormente le spese della regolamentazione del mercato, tuttavia, i benefici derivanti dagli accordi restrittivi della concorrenza messi in atto dai costruttori non sono stati annullati in un sol colpo, anche con una posizione solida sul mercato si sarebbero avuti seri problemi, ma sono stati invece gradualmente limitati. I produttori hanno avuto modo così di adeguare la loro struttura produttiva alle nuove regole e hanno man mano modificato le loro strategie organizzative. Esattamente come auspicato dai regolamenti il crescente livello di concorrenza ha indotto i produttori a competere maggiormente sul prodotto finale piuttosto che sulla sua distribuzione, pur non disdegnando la messa in atto di intese restrittive, ove possibile.

Il beneficio più grande che i produttori di auto hanno ricevuto è senz'altro la creazione di un mercato comunitario al quale è possibile accedere da qualunque paese della comunità. Se questo ha contribuito ad aumentare ulteriormente la concorrenza, ha però anche rimosso barriere burocratiche che avrebbero comportato spese considerevoli. In questo modo invece, un singolo assetto organizzativo è valido per un'area di distribuzione molto estesa, permettendo di impiegare le proprie risorse in misura maggiore in ricerca e sviluppo.

È opportuno inquadrare la questione anche dalla prospettiva del piccolo marchio emergente, il quale trae sicuramente maggiori benefici dalla regolamentazione, visto che un altro suo effetto è stato la rimozione di barriere all'entrata. In questo modo è

più probabile che gli investimenti fatti in questo campo siano remunerativi se il costruttore è abile.

Per quanto riguarda i distributori, gli effetti su di loro sono speculari a quelli dei costruttori, di certo negli ultimi venti anni sono stati tutelati in misura sempre maggiore dal legislatore per le motivazioni già espresse in precedenza. Nonostante questo il distributore ha visto comunque innalzarsi i livelli di concorrenza da fronteggiare, quindi ancora una volta l'effetto della regolamentazione si è tradotto in uno stimolo a migliorare il servizio offerto, fermo restando l'impegno da parte della Commissione di garantire gli strumenti affinché questo possa avvenire.

Il ruolo dei pezzi di ricambio

I servizi di assistenza, manutenzione e commercializzazione di pezzi di ricambio rappresentano l'anello che congiunge contemporaneamente costruttori, distributori, riparatori indipendenti e consumatori, sono il cuore dell'industria automobilistica e sono strategicamente importanti per ragioni produttive, concorrenziali, di innovazione e, soprattutto, ambientali.

Le quattro ragioni sopra elencate fanno parte di un nesso di causalità che le vede disposte in successione tra loro, come fossero scatole cinesi.

Gli aspetti produttivi hanno costituito la base di questo lavoro e sono stati adeguatamente analizzati nel primo capitolo. Per ragioni di completezza è opportuno ribadire la loro importanza storica come mezzo di differenziazione del prodotto e il loro successivo impiego per scopi (anti)concorrenziali³².

³² Paragrafo "Il modello di Hotelling" capitolo 1

In questo senso, anche dopo l'introduzione dell'art. 85 TCE e il relativo regime di esenzione, la disponibilità di pezzi di ricambio è risultata lo strumento più efficace per limitare la concorrenza, vincolando il consumatore all'uso di parti proprietarie o a interventi di riparatori autorizzati.

In seguito all'inasprimento delle condizioni di esenzione e quindi alla diminuzione di possibilità di mettere in atto tali condotte, i pezzi di ricambio hanno subito un avanzamento tecnologico dovuto a una maggiore propensione a innovare da parte del costruttore. Questo ha determinato una nuova possibilità di ristabilire l'esclusività del marchio sugli interventi di manutenzione.

Nel corso degli anni si è svolto un continuo braccio di ferro tra costruttori e legislatore e, nella situazione attuale, il gioco si trova in una posizione di stallo per via della continua innovazione tecnologica ed è di fatto la spiegazione per cui l'unico regolamento di esenzione specifico per il mercato automobilistico disciplini soltanto la distribuzione di pezzi di ricambio.

Tale problematica si sviluppa nei paragrafi successivi.

Effetti per la comunità

L'attività legislativa della Commissione Europea genera effetti ben oltre il confine del semplice mercato delle auto nuove o dei servizi post-vendita. È interessante far notare come l'intento dei regolamenti abbia influenzato la condotta degli automobilisti.

Consideriamo ora un consumatore ordinario e immaginiamo che sia un padre di famiglia con un lavoro e un'utilitaria per recarvisi. Supponiamo inoltre che le sue esigenze nei confronti del veicolo si limitino al suo corretto funzionamento e a bassi costi operativi.

Immaginiamo ora che il veicolo abbia un guasto fuori garanzia, le alternative del consumatore sono generalmente tre: recarsi presso l'assistenza della casa produttrice, recarsi presso un riparatore indipendente o riparare da solo il danno.

Accantonando momentaneamente la terza alternativa, se il consumatore scegliesse la prima si troverebbe probabilmente a pagare un conto più salato rispetto alla seconda alternativa. Un consumatore razionale cercherebbe di ottenere lo stesso servizio a un prezzo più basso, tuttavia, qualora il riparatore indipendente non dovesse avere accesso alla tecnologia necessaria, il consumatore sarebbe costretto a rivolgersi alla casa produttrice.

Nella fattispecie reale non sono queste le uniche alternative, infatti se l'entità del danno è tale da consentire ugualmente la marcia del veicolo, questi potrebbe decidere di non intervenire affatto, o cercare di risolvere il problema autonomamente con una riparazione scorretta.

Le conseguenze sono ovvie, il consumatore circolerebbe con un mezzo non sicuro, pericoloso per sé stesso e per gli altri, oltre che potenzialmente inquinante.

Le disposizioni della Commissione Europea fanno sì che questa fattispecie non si verifichi, i riparatori indipendenti, infatti, sono da essa tutelati e vengono assicurati tutti gli strumenti necessari per effettuare una simile riparazione, in modo tale da poter entrare in concorrenza con il costruttore risultando nell'imposizione di prezzi più sostenibili per il consumatore che è così incentivato a riparare il danno e circolare su un mezzo sicuro.

[La crescente complessità tecnica dei nuovi veicoli](#)

A partire dalla fine degli anni Novanta, si è cominciato a fare un uso massiccio dell'elettronica per la gestione del veicolo, basti pensare che il funzionamento di una

Alfa Mito è gestito da ben sedici centraline e il primo modello di Mercedes Classe A ha superato il test dell'alce solo grazie all'ESP, un dispositivo elettronico per il controllo della stabilità.

Se questo ha contribuito a migliorare la sicurezza stradale da un lato, dall'altro, per riprendere la questione lasciata in sospeso due paragrafi fa, ha costituito un nuovo strumento di limitazione della concorrenza da parte dei costruttori. Tali dispositivi sono infatti gestiti da software con specifiche proprietarie e lo studio dei singoli regolamenti ha evidenziato come sia difficile per il legislatore disciplinarne l'accesso alle informazioni tecniche. In altre parole si sta ripetendo di nuovo quello che era già avvenuto con le parti meccaniche molti anni prima.

In passato tale problema era già stato oggetto di studio, tuttavia è stato affermato³³ che, esattamente come per le parti meccaniche, i sistemi elettronici utilizzano protocolli comuni che non tarderanno a divenire di pubblico dominio vista la facile replicabilità di un software. Tali affermazioni risalgono al 1997 e probabilmente non era stato previsto un impiego così massiccio dell'elettronica sui veicoli.

Prospettive di sviluppo futuro dei regolamenti in materia

Sulla base della problematica relativa al crescente uso dell'elettronica, non è difficile prevedere un aumento esponenziale del ricorso che ne verrà fatto in futuro. Si può affermare che la proprietà di specifiche tecniche riguardanti sistemi elettronici rappresenta attualmente l'ultimo baluardo in materia di restrizioni particolari alla concorrenza. Non è ancora chiaro se l'accesso a tali informazioni sarà una conseguenza fisiologica del mercato o se saranno necessari altri regolamenti. Sulla base di osservazioni empiriche e considerato il tempo passato da quando la relazione

³³ ICDP "After-sales in Europe" 2/97, pag. 78.

dell'ICDP ha fatto questa affermazione, è indubbiamente necessario che la Commissione Europea rediga una normativa apposita riguardante la tecnologia elettronica, in primo luogo perché le disposizioni generiche in materia di accesso alla tecnologia degli ultimi regolamenti hanno avuto scarsa efficacia, secondo poi perché indipendentemente dalla convergenza delle informazioni tecniche verso il pubblico dominio, questo non risulta essere avvenuto finora, lasciando quindi aperti varchi per i costruttori in cui possono essere messe in atto condotte restrittive della concorrenza.

In previsione di un ulteriore aumento nell'impiego di tecnologie elettroniche su autoveicoli, sarebbe opportuno disporre provvedimenti atti a obbligare lo sviluppo di future tecnologie su base comune, per poi avere la possibilità di far assumere al software la funzione desiderata mediante espansioni proprietarie molto più semplici da operare rispetto a un intero software. Ovviamente dovrà anche essere fatto in modo che i riparatori abbiano accesso a tali espansioni fermo restando la creazione di un nuovo sistema di tutela della proprietà intellettuale.

Conclusioni

Dopo uno studio esteso delle dinamiche concorrenziali all'interno del settore automobilistico, il campo d'indagine si è ristretto agli aspetti che richiedono ancora una regolamentazione specifica come quelli disciplinati dal regolamento 461/2010.

La motivazione di questo sta nel fatto che gli altri aspetti disciplinati nel tempo sono stati alla fine ricondotti alla regolamentazione generale in materia di concorrenza ed esenzione, per cui si può ritenere che la loro gestione da parte del legislatore sia stata collaudata e adeguatamente disciplinata.

La conclusione cui questo lavoro vuole giungere è rappresentata proprio dalle fattispecie ancora disciplinate da accordi specifici, di cui è stata dimostrata la condizione di sfide da affrontarsi in un futuro prossimo dal legislatore.

Unitamente a fornire uno spunto di riflessione su queste, il lavoro ha voluto presentare la disciplina su una base più ampia, per poi restringere il campo fino al punto di attuale importanza. Il contesto presentato deve essere comunque tenuto a riferimento, poiché non è possibile affrontare il singolo problema senza una visione d'insieme del settore automobilistico e della sua regolamentazione.

Bibliografia

Allyn A. Young, "Increasing Returns and Economic Progress" *Economic Journal*, 38 (Dic. 1928)

Andersen, "Study on the impact of possible future legislative scenarios for motor vehicle distribution on all parties concerned" pubblicato su Internet: http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/.

Commissione Europea - Regolamento (CEE) n. 1984/83 del 22 giugno 1983

Commissione Europea - Comunicazione della Commissione del 18 dicembre 1979, relativa alla valutazione dei contratti di subfornitura alla luce dell'art. 85, par. 1 del trattato che istituisce la CEE

Commissione Europea – Distribuzione e servizi di assistenza degli autoveicoli nell'Unione Europea, opuscolo esplicativo. Disponibile anche su Internet: http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/

Commissione Europea – Memo/10/217 – *Antitrust: la commissione rivede le norme di concorrenza nel settore automobilistico* – Bruxelles, 27 maggio 2010

Commissione Europea – 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 (testo rilevante ai fini del SEE) (2010/C 138/05)

Commissione Europea - Regolamento (CE) n. 2790/1999 del 22 dicembre 1999

Commissione Europea - Regolamento (CEE) n. 1983/83 del 22 giugno 1983

Commissione Europea – Regolamento N. 123/85 del 1 luglio 1985

Commissione Europea – Regolamento N. 1400/2002 del 31 luglio 2002

Commissione Europea – Regolamento N. 1475/95 del 29 giugno 1995

Commissione Europea – Regolamento N. 330/2010 del 20 aprile 2010

Commissione Europea – Regolamento N. 461/2010 del 27 maggio 2010

Commissione Europea – Relazione di valutazione della Commissione del regolamento n. 1400/2002

Commissione Europea – Relazione sulla valutazione del regolamento n. 1475/95

George J. Stigler, "The Division of Labor is Limited by the Extent of the Market" *Journal of Political Economy*, 59 (Giugno 1951)

Harold Hotelling - *Stability in Competition*, *Economic Journal*, vol. 39, n. 153 (Marzo 1929)

ICDP - "*After-sales in Europe*" 2/97

Kenneth Alexander – *Market Practices and Collective Bargaining in Automotive Parts* – *The Journal of Industrial Economics*, Vol. 69, N. 1 (Febbraio 1961)

Richard N. Langlois e Paul L. Robertson – *Explaining Vertical Integration: Lessons from the American Automobile History* – *The Journal of Industrial Economics*, Vol. 49, N. 2 (Giugno 1989)

Robert Crandall – *Vertical Integration and the Market for Repair Parts in the United States Automobile Industry* – *The Journal of Industrial Economics*, Vol. 16, N. 3 (Luglio 1968)

Robert Paul Thomas, *An Analysis of the Pattern of Growth of the Automobile Industry, 1895-1929* (New York, 1977)

Ronald H. Coase, "The Nature of the Firm" *Economica* n°4 (Nov. 1937)

Trattato Istitutivo della Comunità Europea – art.85