

**INFORME DE EVALUACIÓN DE LA COMISIÓN
SOBRE LA APLICACIÓN DEL REGLAMENTO (CE) Nº 1400/2002 A LA
DISTRIBUCIÓN Y SERVICIO DE VENTA Y POSVENTA DE VEHÍCULOS
AUTOMÓVILES**

Contenido

I.	OBJETO Y RESULTADO DE LA REVISIÓN	2
II.	EVOLUCIÓN DEL MERCADO.....	3
III.	CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL REGLAMENTO.....	4
IV.	EVALUACIÓN GENERAL	12
V.	PRÓXIMAS ETAPAS	16

Este es el informe que la Comisión debe elaborar antes del 31 de mayo de 2008, de conformidad con el artículo 11, apartado 2, del Reglamento (CE) n° 1400/2002 de la Comisión relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas en el sector de los vehículos de motor¹ (en lo sucesivo, «el REC»). El informe evalúa el impacto del REC sobre las prácticas del sector y los efectos de dichas prácticas sobre la competencia en los mercados de la distribución de vehículos de motor y de los servicios posventa en la UE², y pretende preparar el camino para el régimen que sucederá al REC cuando éste expire el 31 de mayo de 2010.

El informe va acompañado de cuatro anexos técnicos. El primero de ellos es una visión general de los objetivos subyacentes del REC, mientras que el segundo analiza la evolución de los mercados de servicios de venta y posventa de vehículos de motor desde que se adoptó el REC. El tercero examina la experiencia de la Comisión en la aplicación del REC y el último abunda en el análisis expuesto a lo largo de este informe.

I. OBJETO Y RESULTADO DE LA REVISIÓN

El REC crea un recinto protegido para la distribución y el servicio de venta y posventa de vehículos automóviles que sigue el enfoque más basado en los efectos del Reglamento 2790/1999³, que aplica el artículo 81, apartado 3 a los acuerdos verticales en todos los demás sectores. No obstante, se han introducido disposiciones más detalladas en el REC con el fin de acotar la aplicación de la exención por categorías a la vista de una serie de problemas específicos de competencia del sector, entre otros los reiterados intentos de algunos fabricantes de vehículos de segmentar el mercado único de la UE, la previsión de una concentración de fabricantes cada vez mayor y los riesgos de que se reduzca la competencia en los mercados posventa.

La DG COMP lanzó una encuesta a mediados de 2007, para lo que envió cuestionarios a diversos grupos de interesados del sector de los vehículos de motor, entre otros a fabricantes de coches y camiones así como a las asociaciones ACEA y JAMA, a fabricantes de recambios y a su asociación europea CLEPA, a asociaciones nacionales y europeas de concesionarios y talleres de reparación autorizados (por ejemplo, CECRA) así como a talleres de reparación y concesionarios de recambios independientes (por ejemplo, FIGIEFA), asociaciones de vendedores independientes de vehículos, organizaciones de consumidores y autoridades nacionales de competencia. Además de las respuestas recibidas, el análisis de la Comisión se nutre de otras fuentes de información, como estudios y bases de datos estadísticas externas⁴.

¹ Reglamento (CE) n° 1400/2002 de la Comisión de 31 de julio de 2002 (DO L 203 de 1.8.2002, p. 30-41).

² De conformidad con la Decisión del Comité Mixto del EEE n° 136/2002, de 27 de septiembre de 2002, por la que se modifica el anexo XIV (Competencia) del Acuerdo EEE (DO L 336 de 12.12.2002, p. 38), el Reglamento n° 1400/2002 es también aplicable en los Estados miembros del EEE. El informe, por tanto, abarca el EEE aun cuando normalmente solo se haga referencia a los Estados miembros de la UE.

³ Reglamento (CE) n° 2790/1999 de la Comisión, de 22 de diciembre de 1999, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 81 del Tratado CE a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas en el sector de los vehículos de motor - DO L 336 de 21.12.1999 p. 21.

⁴ Aparte de las respuestas a los cuestionarios, tenemos información de muchas otras fuentes, por ejemplo un informe de la London Economics on Developments sobre mercados de distribución de vehículos y servicios posventa con arreglo al Reglamento n° 1400/2002, el informe sobre el sector de la ACEA, el informe de la Comisión Europea: Cars 21: Marco reglamentario para un sector del automóvil competitivo en el siglo XXI, y datos Eurostat.

Basándose en este material, puede concluirse que el REC ha contribuido a proteger la competencia en los mercados de distribución de vehículos automóviles nuevos y, especialmente, en los mercados de servicios posventa, en beneficio de los consumidores, respetando, por tanto, las condiciones establecidas en el artículo 81, apartado 3. Esta conclusión sigue siendo válida a pesar de indicios de que determinadas medidas específicas del sector, tales como la aplicación de distintos umbrales de cuota de mercado para la distribución selectiva (artículo 3, apartado 1, del REC) y determinadas disposiciones protectoras de los intereses comerciales de los concesionarios (artículo 3, apartados 3 y 5) en realidad pueden haber sido contraproducentes para el objetivo político de la Comisión de promover modelos de distribución innovadores y reducir los obstáculos a la entrada a redes autorizadas.

En el análisis de la Comisión, no puede decirse que el REC haya ampliado el ámbito de la exención para englobar acuerdos con efectos potencialmente perjudiciales para los consumidores. Por el contrario, varias disposiciones del REC correrían el riesgo de imponer a las partes contractuales unas restricciones que podrían no ser indispensables para proteger la competencia efectiva, lo que entraría en conflicto con los principios de Legislar mejor aplicables a toda la legislación de la UE, en particular a la vista de la evolución de otras partes del marco regulatorio comunitario aplicable al sector.

II. EVOLUCIÓN DEL MERCADO

Todos los indicadores económicos relevantes analizados tienden a confirmar que el grado de competencia en los mercados de referencia, que había inclinado a la Comisión a decantarse por una exención por categorías más estricta y específicamente sectorial, mejoró notablemente entre 2002 y 2007.

En los mercados de venta de vehículos, un descenso significativo de los precios actuales de los vehículos de motor nuevos, la entrada de nuevos competidores con éxito, las salidas relativamente escasas, las fluctuaciones significativas en las cuotas de mercado, la concentración moderada y en descenso, el aumento de la oferta para el consumidor en los distintos segmentos del mercado junto con el acortamiento del ciclo de vida de los modelos son pruebas de un entorno competitivo dinámico en general. Los beneficios medios, comparativamente modestos pero fluctuantes, y el gasto constante en I+D son otras tantas pruebas. Puede esperarse que la presión competitiva siga aumentando ya que los fabricantes de vehículos de países emergentes amplían su presencia en los mercados de la UE.

Además, a diferencia de los problemas detectados en la revisión de 2000, la competencia dentro de una misma marca no parece haber disminuido de forma significativa. Aunque la concentración de concesionarios de automóviles ha aumentado moderadamente a resultas de un crecimiento significativo de los grandes grupos en los principales mercados nacionales y un relativo descenso en densidad de red, las estructuras de distribución en toda la UE siguen apareciendo relativamente fragmentadas en comparación con mercados tales como los EE.UU. Los márgenes de beneficios tanto de fabricantes como de concesionarios por lo que se refiere a la venta de vehículos parecen ser bajos por término medio, lo que excluye posibles riesgos de que se ejerza poder de mercado en detrimento de los consumidores. Hay que observar también que se ha producido una considerable convergencia de precios en toda la UE en los turismos y que los precios reales de ese tipo de vehículo han descendido. Además, se ha registrado una evolución en las pautas de consumo, que pasan de la compra directa hacia acuerdos alternativos como el arrendamiento financiero, lo que se añade a la presión competitiva sobre los concesionarios. La

presión competitiva se sustenta además por la venta directa por parte de fabricantes de vehículos a compañías de arrendamiento financiero y otros «compradores de coches de empresa».

En el mercado posventa, tanto el número de talleres de reparación autorizados como la densidad de la red global han aumentado, en gran parte debido al REC. Muchos talleres de reparación autorizados ya no venden coches nuevos, y es más frecuente que estén autorizados a reparar marcas de distintos fabricantes.

A muchos talleres de reparación independientes les resulta difícil hacer las inversiones en cualificación técnica, equipamiento y formación necesarias para reparar vehículos cada vez más complejos tecnológicamente y el sector ha ido perdiendo terreno frente a las redes autorizadas. No obstante, el sector independiente ha experimentado una consolidación y un ajuste estructural considerables, lo que ha mejorado sus posibilidades de competir. En particular, han surgido grandes cadenas de talleres de reparación independientes que están ampliando la gama de servicios que ofrecen a los consumidores. Aunque han aumentado los precios de las reparaciones, debido al incremento de los costes de la mano de obra cualificada y a las mayores inversiones en equipos y formación que requieren los vehículos modernos, el coste anual de mantenimiento del vehículo ha disminuido en términos reales gracias a que se espacian las revisiones y a la mayor fiabilidad.

Los fabricantes de recambios han mantenido su posición en el mercado posventa, a pesar de que sus principales clientes, los talleres de reparación independientes, han perdido cuota de mercado, mientras que los talleres autorizados siguen comprando la mayor parte de sus piezas a los fabricantes de vehículos. Esto se debe, en parte, a que algunos fabricantes de recambios han creado cadenas de talleres con su marca que, mayoritariamente, utilizan sus piezas de recambio.

III. CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL REGLAMENTO

Esta sección evalúa si, en la práctica, se han alcanzado los siete objetivos fijados inicialmente por la Comisión⁵ y en qué medida las normas sectoriales específicas del REC han resultado ser eficaces y/o necesarias.

A. Impedir la exclusión de los fabricantes de vehículos competidores y preservar su acceso al mercado

En las nuevas circunstancias actuales del mercado, que se caracterizan por una mayor globalización y la enérgica competencia entre marcas debido al éxito de la entrada en el mercado de nuevos competidores y al exceso de capacidad de producción, los riesgos residuales de que redes paralelas de acuerdos verticales de una única marca creen obstáculos a la entrada son mucho menores que los que evaluó la Comisión en 2000.

Ante esta situación, es evidente que los concesionarios no han aprovechado las mayores oportunidades que brindan el artículo 1, apartado 1, letra b) y el artículo 5, apartado 1, letra a), del REC para vender marcas de fabricantes competidores en la misma sala de exposición. En muchos casos, esta forma de venta multimarca se utiliza en las mismas circunstancias que antes de adoptarse el REC, por ejemplo, en zonas con escasa densidad de población, así como para

⁵ Véase la Comunicación de la Comisión 2002/C 67/02 de 16.3.2002.

algunas marcas que no consiguen buenos resultados y resulta necesario añadir una marca competidora, para que los concesionarios y la marca en cuestión se mantengan en el mercado. Aunque algunos fabricantes de vehículos recién llegados al mercado de la UE, junto con algunas asociaciones de concesionarios, aducen que, al no eximir los acuerdos de exclusividad con operadores establecidos, el REC ha facilitado el acceso a la red existente, es evidente que el principal motor de las ventas multimarca ha sido la evolución externa del mercado. Puede suponerse que incluso sin las disposiciones pertinentes del Reglamento, muchos fabricantes de coches celebrarían contratos que permitieran la multimarca cuando comercialmente fuera conveniente.

También hay que señalar que algunos interesados aducen que al fomentar la multimarca en la misma sala de exposición, el REC puede haber hecho reaccionar a los fabricantes y anticiparse a la difuminación de su imagen de marca, fijando niveles de selección más elevados, lo que, a su vez, puede haber inducido a los concesionarios a realizar mayores inversiones específicas en la marca y producido costes generales de distribución más elevados. Por otra parte, en el futuro puede surgir el riesgo de que una proliferación de redes paralelas de acuerdos de una sola marca que acapare una proporción sustancial del mercado excluya de los mercados a nuevos competidores.

Por tanto, parece que las normas sectoriales específicas sobre multimarca no han sido plenamente eficaces y que los límites de la capacidad de los fabricantes para imponer obligaciones inhibitorias de la competencia directas o indirectas a sus concesionarios establecidos por el Reglamento 2790/1999 podrían haber asegurado, con toda probabilidad, un nivel equivalente de protección de la competencia en el mercado.

B. Reforzar la competencia entre concesionarios de la misma marca fomentando la diversidad en los formatos de distribución

Hay que hacer tres observaciones principales sobre cómo ha evolucionado el mercado desde que entrara en vigor el Reglamento 1400/2002.

En primer lugar, no se ha logrado el objetivo de suprimir el efecto de «camisa de fuerza» asociado con el Reglamento 1475/95, provocado por el artículo 2, apartado 1, y por el artículo 3, apartado 1, del Reglamento 1400/2002, ya que prácticamente todos los fabricantes de coches han optado por utilizar acuerdos de distribución selectiva cuantitativa en todos los Estados miembros. El hecho de que el artículo 3, apartado 1, del REC disponga un umbral de cuota de mercado más generoso del 40 % para los sistemas de distribución selectiva cuantitativa puede haber adulterado esta opción y contribuido a su uniformidad. Este umbral más elevado parece anómalo ya que generalmente se considera que la distribución selectiva cuantitativa es más restrictiva de la competencia dentro de una misma marca que sistemas tales como la distribución exclusiva.

En segundo lugar, el uso de la selección cuantitativa ha permitido a los proveedores reducir la densidad de la red durante el periodo 2002-2006. Podría, por tanto, cuestionarse si la exención de esta forma de distribución puede haber inducido una reducción de la competencia dentro de una marca, en detrimento de los consumidores y en contra de los principios establecidos en el artículo 81, apartado 3, del Tratado CE.

En cuanto a los efectos negativos postulados, en primer lugar habría que señalar que los coches son artículos caros y que, por tanto, los consumidores probablemente recorran largas distancias

para conseguir mejores precios. La densidad de red tendría, por tanto, que haber descendido a niveles relativamente bajos antes de que se produjera un impacto en la competencia dentro de la misma marca. A este respecto, hay que señalar que los niveles generales de concentración para la distribución de vehículos nuevos siguen siendo relativamente moderados, especialmente si se comparan con los de EE.UU. Por tanto, parece improbable que las reducciones en la densidad de la red hayan tenido un impacto apreciable sobre la competencia dentro de la misma marca. De manera más general, hay que señalar también que el uso generalizado de la distribución selectiva en todo el sector de distribución de vehículos de motor no parece haber obstaculizado la tendencia hacia una mayor integración de los mercados nacionales dentro de la UE. No hay que olvidar que habitualmente se considera que la distribución selectiva produce beneficios, especialmente porque impide que los distribuidores que no son miembros de las redes de la marca se aprovechen del esfuerzo realizado por los concesionarios para la comercialización y la creación de una imagen de marca. La selección cuantitativa tiene otras ventajas concretas ya que permite a los proveedores un mayor control de la organización geográfica de sus redes, produciendo así economías de escala, reduciendo costes de transacción y evitando la representación desigual de la marca.

En tercer lugar, por lo que se refiere a las oportunidades que brinda el REC para la innovación en la distribución inducida por los concesionarios, parece que las disposiciones sectoriales específicas del Reglamento han contribuido poco a fomentar la diversidad dentro del modelo selectivo cuantitativo. Casi todos los observadores coinciden en que el artículo 5, apartado 2, letra b), del Reglamento parece haber tenido escaso efecto, ya que pocos concesionarios han abierto puntos de venta secundarios. Además, el artículo 4, apartado 1, letra g), del Reglamento, que dispone que los concesionarios deben ser libres de especializarse en ventas de vehículos de motor subcontratando la reparación y mantenimiento también ha sido ineficaz, ya que pocos concesionarios han optado por abandonar lo que constituye una parte muy lucrativa del negocio. Otras oportunidades para la innovación inducida por los concesionarios, tales como la distribución de marcas de distintos fabricantes en la misma sala de exposición, no se han adoptado de forma significativa.

En general, el REC no ha conseguido eliminar el efecto de «camisa de fuerza» de la anterior exención por categorías y, por tanto, tampoco se ha logrado el segundo objetivo.

C. Facilitar el comercio transfronterizo de vehículos de motor

El tercer objetivo de la Comisión era fomentar la competencia transfronteriza dentro de la misma marca. El objetivo parece haberse logrado ya que los precios entre Estados miembros han convergido y han disminuido significativamente los casos de obstáculos al comercio paralelo y las quejas de los consumidores finales. La supresión de la Comunicación de la Comisión⁶ sobre las actividades de los intermediarios en el sector del automóvil, que permitía a los fabricantes imponer a sus concesionarios cuotas sobre sus ventas a los intermediarios transfronterizos, ha contribuido a ello. Además, el artículo 4, apartado 1, letra e) del REC, que seguía el régimen general excluyendo las restricciones de las ventas activas y pasivas en los sistemas de distribución selectiva, parece haber tenido efectos beneficiosos.

⁶ Comunicación de la Comisión sobre su Reglamento (CEE) n° 123/85, de 12 de diciembre de 1984, relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado CEE a determinadas categorías de acuerdos de distribución y de servicio de venta y de postventa de vehículos automóviles (DO n° C 17 de 18.1.1985, p. 4).

A pesar del potencial de los sistemas de distribución selectiva para obstaculizar el arbitraje entre territorios, a diferencia de la situación en los años 90, el descenso de las diferencias de precio indica que el comercio transfronterizo de vehículos nuevos es suficiente para ejercer una presión competitiva efectiva.

No obstante, el artículo 5, apartado 2, letra b), referente a los derechos contractuales de los concesionarios de abrir puntos de venta adicionales (la denominada «cláusula relativa al lugar de establecimiento») no ha producido ningún cambio apreciable en el comportamiento y ha resultado un fracaso, aunque puede haber contribuido a señalar a los operadores del mercado la determinación de la Comisión de proteger el arbitraje transfronterizo y a rebajar las diferencias de precio. En cuanto a la cláusula de disponibilidad contemplada en el artículo 4, apartado 1, letra f), parece redundante desde una perspectiva jurídica, dado que, en aplicación de los principios generales de la jurisprudencia, negarse a suministrar vehículos con especificaciones extranjeras se consideraría como una restricción indirecta a la reventa⁷. Vale la pena, no obstante, considerar si podría ser útil para mejorar la transparencia algún tipo de orientación que remita a la jurisprudencia relevante.

En términos generales, por tanto, parecería que la aplicación de los principios generales de la legislación de competencia sería suficiente para proteger el comercio paralelo en el contexto actual del mercado. También hay que señalar que la Directiva 2007/46/CE⁸ debería contribuir a simplificar el comercio paralelo ya que ha aclarado las normas sobre certificados de conformidad, al determinar que los proveedores deben aportar estos documentos en papel con cada vehículo.

D. Hacer posible que los talleres de reparación independientes compitan con las redes de talleres autorizados de los fabricantes

Los talleres de reparación independientes son la única fuente de competencia entre marcas en el mercado posventa y ofrecen al consumidor una opción valiosa. En 2000, la Comisión consideró esenciales dos elementos para la capacidad de competir de dichos talleres: la información técnica y los recambios. El REC contiene, por tanto, disposiciones para proteger el acceso a cada uno de ellos, lo que parece haber ayudado al sector independiente en un periodo de ajuste estructural hacia necesidades tecnológicas en evolución.

Mientras que el artículo 4, apartado 2 del REC, que establece que los proveedores tienen que dar a los talleres independientes acceso a la información técnica, ha tenido un impacto positivo, hay que señalar que, desde el 1 de septiembre de 2009, el Reglamento 715/2007⁹ (EURO5 y 6) obligará a los proveedores a comunicar toda esa información para los nuevos modelos. La información sobre modelos más antiguos ya debería haber sido ampliamente divulgada de conformidad con el artículo 4, apartado 2, del REC. La Comisión continuará supervisando la

⁷ Véase la sentencia de 28 de febrero de 1984, asuntos acumulados 228 y 229/82 Ford of Europe Inc. y Ford-Werke Aktiengesellschaft/Comisión. Rec. 1984, p. 1129.

⁸ Directiva 2007/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de septiembre de 2007, por la que se crea un marco para la homologación de los vehículos de motor y de los remolques, sistemas, componentes y unidades técnicas independientes destinados a dichos vehículos (DO L 263 de 9.10.2007, p.1).

⁹ Reglamento (CE) n° 715/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de junio de 2007 sobre la homologación de tipo de los vehículos de motor por lo que se refiere a las emisiones procedentes de turismos y vehículos comerciales ligeros (Euro 5 y Euro 6) y sobre el acceso a la información relativa a la reparación y el mantenimiento de los vehículos, DO L 171 de 29.6.2007, p.1.

situación y evaluará las quejas recibidas del sector de talleres de reparación independientes. Hay que señalar a este respecto que las cuatro decisiones de la Comisión adoptadas en septiembre de 2007¹⁰, que han sido una valiosa orientación para el sector, analizaban el fallo en la concesión de acceso a la información técnica sobre la base del artículo 81, apartados 1 y 3, del Tratado, y con referencia al REC. Por consiguiente, incluso sin las actuales normas del REC, la Comisión seguiría estando en condiciones de adoptar las medidas oportunas de aplicación sobre la base de los artículos 81 y 82 del Tratado.

Los fabricantes de recambios han mantenido su cuota de suministro en el mercado posventa y hay pocos casos de talleres de reparación autorizados que se hayan negado a suministrar recambios a sus competidores independientes, en gran parte debido a que con ello consiguen considerables beneficios. Aunque la presencia de una cláusula específicamente sectorial relativa a las restricciones especialmente graves en el artículo 4, apartado 1, letra i), del REC puede haber contribuido a aclarar la posición jurídica, la aplicación de la norma general, por la que un proveedor con distribución selectiva no puede impedir a sus distribuidores que vendan a los usuarios finales, protegería igualmente la competencia. También hay que señalar que, en el caso improbable de que un fabricante de vehículos distribuyera sus recambios él mismo en lugar de a través de un sistema de distribución selectiva, sus talleres de reparación autorizados perderían su función de distribución y se considerarían usuarios finales. En esas circunstancias, la disposición contra restricciones especialmente graves del REC sería ineficaz ya que no se aplica a las restricciones impuestas a dichos usuarios.

Es un hecho que algunos recambios siguen siendo cautivos, es decir, que solo están a disposición de los fabricantes de vehículos. Existen i) recambios visibles cubiertos por la protección de dibujos y modelos en varios Estados miembros y ii) recambios fabricados en virtud de diversos acuerdos de subcontratación, tales como acuerdos de utillaje que, a la luz de la Comunicación de la Comisión de 1978 sobre acuerdos de subcontratación¹¹, actualmente entran en el ámbito del artículo 81, apartado 1, y respecto de los cuales no se plantea, por tanto, la aplicación del artículo 81, apartado 3, del Tratado CE. En cuanto a la primera categoría de recambios cautivos, la situación resulta del marco legislativo existente sobre la protección de los derechos de los dibujos y modelos¹². La segunda categoría solo puede abordarse revisando la Comunicación sobre subcontratación para explicar mejor las circunstancias en las que algunas prácticas pueden encuadrarse en el artículo 81, apartado 1.

E. Proteger la competencia dentro de las redes autorizadas

En general, el REC ha logrado su objetivo de proteger la competencia entre talleres de reparación autorizados ya que el artículo 3, apartado 1, ha conducido a la introducción de sistemas de reparación selectiva cualitativa. Como consecuencia, las fuerzas del mercado han hecho que

¹⁰ Asuntos Comp/39.140 -39.143, DaimlerChrysler, Fiat, Toyota y Opel.

¹¹ Comunicación de la Comisión, de 18 de diciembre de 1978, referente a la consideración de los subcontratos respecto a las disposiciones del apartado 1 del artículo 85 del Tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea.

¹² Directiva 98/71/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de octubre de 1998 sobre la protección jurídica de los dibujos y modelos, DO L 289 de 28.10.1998. La Comisión ha propuesto revisar dicha Directiva. La revisión se encuentra en el proceso legislativo.

aumentara el número de talleres autorizados ya que todos los talleres que cumplen los criterios objetivos pueden formar parte de una red.

Aunque los fabricantes de vehículos han fijado normas de calidad más estrictas para sus redes de talleres autorizados, esto no parece haber ido en contra de los intereses del consumidor. Las nuevas normas no solo han incrementado la calidad de la prestación de servicios sino que también han influido en el sector independiente, que ha reaccionado creando redes competidoras y cadenas franquiciadas con normas comunes, con el fin de responder mejor a la demanda de los consumidores de servicios de gran calidad, eficientes y fiables.

Habría que señalar, sin embargo, que la aplicación de los principios generales aplicables a la distribución selectiva cualitativa podría lograr los mismos resultados aún sin la restricción «especialmente grave» contemplada en el artículo 4, apartado 1, letra h). Es evidente que el requisito de que un taller de reparación venda también vehículos nuevos no puede considerarse de naturaleza cualitativa y que los acuerdos con dicha restricción entrarían por tanto en el ámbito del artículo 81, apartado 1. Puesto que en la mayoría de los casos, las redes de talleres autorizados de los fabricantes tienen cuotas de mercado que superan ampliamente el 30 %, los acuerdos en cuestión podrían no aprovechar el recinto protegido aplicable a la distribución selectiva cuantitativa en virtud del Reglamento 1400/2002, de manera que la aplicación directa del artículo 81 podría ofrecer a los nuevos competidores un acceso igualmente abierto a dichas redes.

Además, el artículo 4, apartado 1, letra k), del REC, relativo a la compra de marcas alternativas de recambios por parte de los talleres de reparación autorizados, no ha producido cambios significativos en su comportamiento comercial ya que dichos talleres siguen comprando la mayor parte de sus recambios a los fabricantes de vehículos. En primer lugar habría que señalar que es difícil que los talleres de reparación autorizados compren a más de una fuente ya que esto exigiría duplicar la logística y mayores costes en tecnología de la información. Esto supone que, puesto que los fabricantes de vehículos obligan a los establecimientos autorizados a utilizar recambios de la marca del vehículo, el fabricante del vehículo es la fuente natural de abastecimiento de todos los recambios necesarios. El hecho de que los fabricantes de vehículos sean los únicos proveedores capaces de ofrecer toda la gama de recambios constituye un atractivo añadido. Esto, no obstante, va unido a la existencia de los derechos de propiedad intelectual detentados por los fabricantes de vehículos o es el resultado de acuerdos de subcontratación, lo que entraría en el ámbito del artículo 81, apartado 1. Por el contrario, en algunos casos los programas de primas y descuentos podrían tener un efecto de fidelización. Si estos programas constituyen una forma de competencia leal o están concebidos para excluir indebidamente a los fabricantes de recambios competidores incrementando la fidelidad de los talleres de reparación autorizados es una cuestión a la que solo se puede responder en cada caso, teniendo en cuenta el contexto económico que rodea dichas prácticas y sopesando cualquier efecto potencialmente contrario a la competencia frente a los posibles efectos de incremento de la eficiencia. Esto podría implicar la aplicación del artículo 82, siendo al mismo tiempo, coherente con la exclusión de las obligaciones inhibitorias de la competencia de la exención por categorías, en particular cuando la cuota del fabricante de vehículos en el mercado de referencia de recambios supere, como suele ser el caso, el umbral del 30 %. Por tanto, aún sin el artículo 4, apartado 1, letras j) y k), podría haberse abordado adecuadamente cualquier riesgo grave de exclusión adoptando las adecuadas medidas de aplicación.

F. Facilitar el acceso al mercado posventa de los fabricantes de recambios

Una serie de disposiciones del Reglamento 1400/2002 estaban destinadas a garantizar que los proveedores y los fabricantes de recambios de calidad equivalente pudieran tener acceso tanto a los talleres de reparación independientes como a los autorizados, con el fin de que estos últimos pudieran ofrecer a los consumidores un surtido de recambios. El artículo 4, apartado 1, letra j), excluye del beneficio de la exención por categorías a los acuerdos que restringen la capacidad de los proveedores de recambios originales de vender recambios directamente en el mercado posventa, aunque, como se ha visto, el artículo 4, apartado 1, letra k), establece que los acuerdos que impidan a los talleres de reparación o a los distribuidores autorizados abastecerse de recambios de calidad equivalente o de otras marcas de recambios originales no pueden beneficiarse de la exención por categorías.

Además, el artículo 4, apartado 1, letra l), califica de restricción especialmente grave cualquier acuerdo que restrinja las capacidades de los proveedores de piezas originales para colocar su marca o su logotipo en recambios o componentes suministrados a un fabricante de vehículos para el montaje inicial de un vehículo de motor («doble marca»).

Por otra parte, el artículo 1, letra t), define «recambios originales» como recambios que sean de la misma calidad fabricados por un proveedor de piezas originales siguiendo las especificaciones establecidas por el fabricante del vehículo en cuestión. Esta aclaración pretendía permitir a los proveedores de recambios originales vender sus productos a los talleres de reparación como «originales» y no solo como de calidad equivalente con el fin de mejorar sus oportunidades de comercialización. Por último, con el fin de evitar que los fabricantes de vehículos alegaran diferencias de calidad como una justificación objetiva para impedir a sus talleres de reparación autorizados utilizar recambios de competidores en la prestación de sus servicios, el artículo 1, letra u), define también los recambios de calidad equivalente como recambios que son de la misma calidad que los componentes originales.

En términos generales, los proveedores de recambios parecen haber mantenido su posición en el mercado posventa, a pesar de que sus principales clientes - los talleres de reparación independientes - han perdido cuota de mercado. En concreto, la definición de «recambios originales» contemplada en el artículo 1 del REC ha creado un valioso instrumento de comercialización. No obstante, esta definición ha sido posteriormente sustituida por la Directiva 2007/46¹³, que establece una definición de «recambios originales» esencialmente idéntica a la del REC. En cuanto a los recambios que no son originales, hay que señalar que incluso sin una definición de recambios de calidad equivalente, la obligación por parte de un fabricante de vehículos de que sus talleres de reparación autorizados no utilizaran marcas alternativas de piezas supondría una obligación inhibitoria de la competencia directa que no estaría cubierta por el REC por encima de un umbral de cuota de mercado del 30 %, de acuerdo con un enfoque equivalente en el Reglamento 2790/1999.

El artículo 4, apartado 1, letra j), por otra parte, parece haber sido eficaz, ya que afecta a las ventas de los proveedores de recambios originales al mercado de posventa independiente en la medida en que los fabricantes de recambios han podido mantener su posición de mercado con

¹³ Directiva 2007/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 5 de septiembre de 2007, por la que se crea un marco para la homologación de los vehículos de motor y de los remolques, sistemas, componentes y unidades técnicas independientes destinados a dichos vehículos (DOUE L 263 de 19.10.2007, p.1).

respecto a dichas ventas. No obstante, habría ocurrido lo mismo en el régimen general aplicable a las restricciones verticales puesto que la misma restricción también se considera restricción especialmente grave en el Reglamento 2790/1999. También es cuestionable que la doble marca sobre la base del artículo 4, apartado 1, letra l), haya contribuido a la capacidad de los talleres de reparación de identificar las piezas de recambio compatibles, dado que este tipo de información ya debería haber estado disponible con arreglo al artículo 4, apartado 2.

G. Proteger la independencia del concesionario frente a los fabricantes de vehículos

La independencia de los concesionarios respecto de sus proveedores no era en sí un objetivo del REC, pero sí se consideraba que fomentarla era una medida de acompañamiento para impulsar una conducta procompetitiva¹⁴. Por tanto, el artículo 3 del REC establece la duración mínima de los contratos (artículo 3, apartado 5) y los períodos mínimos de preaviso en caso de resolución (en cuyo caso, deberán exponerse las razones (artículo 3, apartado 4)) o de no renovación, y establece también que los concesionarios serán libres de vender su condición de concesionario a otras empresas dentro de las redes y de someter a un mecanismo de mediación los litigios contractuales (artículo 3, apartado 6)).

Hay que recordar que la competencia entre marcas ha aumentado desde que entró en vigor la exención por categorías, lo que implica que la protección de la competencia dentro de las redes de marcas puede que sea menos importante a la hora de mantener la presión sobre la calidad y los precios en beneficio del consumidor.

En cualquier caso, es dudoso que el artículo 3, apartado 5, del REC pueda haber tenido mucho efecto puesto que en la inmensa mayoría de los casos los proveedores han otorgado a los concesionarios contratos indefinidos que pueden resolverse con un aviso de dos años: esto difícilmente protege las inversiones específicas en la marca de un concesionario. Además, en el clima actual de intensa competencia entre marcas, parece improbable que un fabricante decidiera responder al comportamiento procompetitivo de un concesionario amenazándole con expulsarlo de la red. En su lugar, unas auditorías extremadamente estrictas o unos objetivos de venta artificialmente altos que excluyeran al concesionario de las primas serían armas más sutiles y efectivas para llamar al orden a los concesionarios que se salieran de los límites. Además hay que señalar que la investigación de la Comisión no ha encontrado un solo caso en el que la obligación de exponer las razones de la resolución de un contrato (artículo 3, apartado 4) permitiera a un juez o mediador determinar que la verdadera finalidad del preaviso era castigar una conducta procompetitiva.

También hay que resaltar que la duración mínima de cinco años para contratos de concesionario fijada en el artículo 3, apartado 5, letra a) no tiene una justificación sólida desde un punto de vista económico ya que no aborda el hecho de que los acuerdos a más largo plazo pueden en realidad resultar más restrictivos de la competencia debido a su mayor duración. En concreto, pueden impedir a los fabricantes sustituir a los concesionarios con malos resultados por otros nuevos competidores más eficientes, y pueden retrasar la introducción de nuevos contratos que respondan a los cambios de las circunstancias del mercado.

Por lo que se refiere al artículo 3, apartado 3, del Reglamento, que pretendía impulsar la integración del mercado mediante el desarrollo de concesionarios transfronterizos, la

¹⁴ Véase el considerando 9 del REC.

investigación de la Comisión ha puesto de manifiesto que prácticamente todas las transferencias de concesionarios dentro de las redes autorizadas se producen a nivel nacional. El objetivo, por tanto, no se ha logrado, y, en cambio, puede que el REC haya producido una concentración de concesionarios en determinadas zonas, creando potencialmente problemas futuros para las autoridades nacionales de competencia.

El artículo 3, apartado 6, que establece la mediación en caso de litigio, parece haber tenido un efecto generalmente positivo, al limitar el número de procedimientos judiciales costosos e interminables. Con frecuencia los jueces cuentan con menos medios que los mediadores independientes para actuar con diligencia en cuestiones técnicamente complejas relativas, por ejemplo, al logro de niveles de calidad. Además, aunque los proveedores necesitan flexibilidad para ajustar sus redes de distribución de vehículos de motor a los cambios en las condiciones del mercado, no les conviene fomentar la inestabilidad y los planteamientos a corto plazo dentro de las redes, ya que necesitan concesionarios leales dispuestos a hacer inversiones considerables. El establecimiento de un mecanismo eficaz para la resolución de litigios tiene más que ver con el correcto cumplimiento de los contratos que con cuestiones de competencia. Desde la perspectiva del concesionario, contar con un mecanismo claro y rápido para resolver los conflictos disuade a la parte más fuerte del contrato de abusar de su posición mientras que, desde la perspectiva del proveedor, la mediación le permite sancionar los incumplimientos contractuales con rapidez y evita la mala publicidad que puede suponer una acción judicial. Por tanto, aun sin el artículo 3, apartado 6, del REC, puede ser beneficioso para todas las partes acordar un código voluntario de buenas prácticas que fije un procedimiento de mediación para resolver los litigios relacionados con los contratos, así como unas normas mínimas de lo que constituye buena fe y un respeto de las expectativas legítimas en el contexto de las relaciones contractuales entre las partes.

IV. EVALUACIÓN GENERAL

El entorno competitivo en los mercados de distribución de vehículos de motor parece haber mejorado considerablemente desde la última evaluación de la Comisión en 2000. La evolución parece, no obstante, deberse principalmente a factores externos, ya que en un contexto económico cada vez más global, las fuerzas del mercado han llevado al sector a evolucionar positivamente de una manera que no había previsto en un principio la Comisión. En concreto, la competencia entre marcas, intensa y cada vez mayor, se ha traducido en un descenso de los precios reales con el telón de fondo del incremento de la integración del mercado a nivel europeo. Por tanto, la Comisión no cuenta en estos momentos con indicios suficientes de deficiencia del mercado o de daños reales o potenciales para el consumidor que distingan los vehículos de motor de otros sectores económicos.

El REC ha respaldado los ajustes de la industria en este entorno cambiante y, en particular, en el mercado posventa ha estimulado una respuesta procompetitiva y dinámica de los interesados. Sin embargo, este resultado parece deberse principalmente a medidas inspiradas por principios generales derivados de la jurisprudencia de los tribunales europeos y actualmente reflejados en el Reglamento 2790/1999 de la Comisión, más que a las disposiciones específicas del REC. Por ejemplo, la aplicación de los principios generales que rigen la distribución selectiva cualitativa parece haber tenido efectos positivos en los mercados posventa, en los que ha producido un aumento significativo del número de talleres de reparación autorizados.

Por lo que se refiere a las restricciones específicamente sectoriales especialmente graves establecidas en el artículo 4 del Reglamento, la investigación de la Comisión no ha revelado

vínculos causales claros entre estas disposiciones y las mejoras de las condiciones competitivas en el mercado que se hayan podido observar durante el periodo de referencia. Aunque el artículo 4, apartado 2, del REC, que establece el acceso pleno y no discriminatorio para los operadores independientes en el mercado posventa a la información técnica específica de la marca de los fabricantes de vehículos, puede haber sido de alguna utilidad al señalar los recelos de la Comisión, las medidas de aplicación en respuesta a problemas persistentes en este ámbito han implicado la aplicación del artículo 81, lo que seguirá siendo posible incluso sin las normas actuales del REC. Además, esta medida particular, así como el artículo 1, apartado 1, letra t), destinado a reforzar el acceso de fabricantes de recambios competidores al mercado posventa, será sustituida en 2010, tras la entrada en vigor del nuevo marco normativo relativo al sistema de homologación de los vehículos de motor y las piezas, es decir el Reglamento 715/2007 y la Directiva 2007/46. También es cuestionable que el artículo 4, apartado 1, letra j), del REC, que amplía el ámbito de la correspondiente restricción especialmente grave del artículo 4, letra e), del Reglamento 2790/1999 para prohibir las restricciones que impidan a los proveedores de equipos originales vender recambios a talleres de reparación tanto autorizados como independientes, haya desempeñado un papel importante para proteger el acceso de los fabricantes de piezas al mercado posventa.

En particular, por lo que se refiere a la competencia en el mercado de recambios para vehículos, hay que recordar que los derechos de propiedad industrial de los que es titular el fabricante de vehículos y el uso generalizado de diversos acuerdos de subcontratación con los proveedores de equipos originales (incluidos los denominados «acuerdos de utillaje») han significado que determinados recambios siguen estando cautivos de las redes de fabricantes de vehículos. Esto puede que haya debilitado en cierta forma la posición de los mayoristas independientes de recambios y se haya traducido en unos precios más altos de las reparaciones en general. No obstante, estos problemas de competencia potenciales dependen de la aplicación del artículo 81, apartado 1, a este tipo de acuerdos en cada caso concreto y no guardan relación con ninguna otra posible deficiencia del REC para abordar adecuadamente tales problemas con arreglo al artículo 81, apartado 3. Habría que señalar al respecto que la Comisión propuso la introducción de una «cláusula sobre reparaciones» en su propuesta de Directiva revisada sobre dibujos y modelos¹⁵.

Además, la investigación de la Comisión llega a las mismas conclusiones por lo que se refiere a las condiciones específicamente sectoriales establecidas en el artículo 5 del REC, que o bien han resultado ser innecesarias para lograr los objetivos perseguidos (por ejemplo, la protección del comercio paralelo mediante la exclusión de las cláusulas de establecimiento del ámbito de la exención) o bien no han demostrado un sólido vínculo causal con las mejoras apreciables de las condiciones competitivas en el mercado (por ejemplo, la prevención de los riesgos de exclusión mediante normas más estrictas para la multimarca).

Por último, como demuestra el análisis del anexo 4, las normas específicas en el artículo 3 del REC pueden haber sido contraproducentes en algunos casos. En primer lugar, el REC puede haber fomentado en la práctica la uniformidad en la distribución al fijar el umbral de la cuota de mercado para la exención de los acuerdos de distribución selectiva cuantitativa en un nivel superior al de otras formas de distribución. En segundo lugar, al eximir solo los contratos de larga duración el REC puede haber dificultado el acceso de nuevos competidores a las redes. En tercer

¹⁵ Directiva 98/71/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de octubre de 1998 sobre la protección jurídica de los dibujos y modelos, DO L 289 de de 28.10.1998. Se ha presentado al Consejo una propuesta para revisar este texto, COM(2004) 582.

lugar, las normas específicas concebidas para facilitar la transferencia de la condición de concesionario entre los miembros existentes de una red no solo no ha alcanzado su objetivo político inicial, permitir el desarrollo de distribuidores con impronta internacional, sino que su futura aplicación podría engrosar aún más los grandes grupos de concesionarios a nivel nacional, lo que, en algunos casos, podría llevar a una pérdida de la competencia tanto entre marcas como dentro de una marca en zonas locales.

En resumen, por tanto, parece que las disposiciones del REC que divergen de los principios generales derivados de la jurisprudencia de los tribunales europeos que actualmente se refleja en el Reglamento 2790/1999 de la Comisión pueden considerarse en el actual contexto económico, caracterizado por mercados del automóvil cada vez más globalizados y competitivos, como demasiado estrictas, demasiado complejas y/o redundantes, especialmente a la vista de la introducción de la nueva legislación de la UE sobre vehículos de motor.

A la vista de lo anterior, parecería que un enfoque más basado en los efectos y más flexible daría mejores resultados para los consumidores.

En primer lugar, tal enfoque permitiría a la Comisión centrar mejor su esfuerzo en las prácticas más perniciosas para la competencia y evitaría riesgos de falseamiento de sus prioridades de aplicación. A este respecto, llama la atención que, a pesar de que la Comisión ha recibido 46 denuncias formales en este sector desde 2002, ninguna ha desembocado en una decisión de prohibición¹⁶ y solo se ha llegado a tres acuerdos informales¹⁷. Y aún más llamativo, de las 322 denuncias informales que recibió la Comisión entre 2004 y 2007, solo 36 merecieron medidas de investigación adicionales y ninguna de ellas dio lugar a la apertura de un procedimiento formal. De hecho, la gran mayoría de estas denuncias informales no guardaba relación con verdaderas cuestiones de competencia sino más bien con conflictos comerciales *inter pares*. Parece razonable suponer que estas actividades han utilizado recursos de la Comisión que podrían haberse dedicado a detectar y perseguir prácticas contrarias a la competencia más perjudiciales que van claramente en detrimento del bienestar del consumidor. A nivel nacional, las cifras pueden compararse en términos generales. Aunque se presentó ante las autoridades nacionales de competencia un total de 340 denuncias, aquéllas solo pudieron tomar medidas de aplicación que dieran lugar a las decisiones previstas en el artículo 11, apartado 4 del Reglamento 1/2003 en 7 casos.

En segundo lugar, es evidente que la complejidad de las actuales normas específicas del sector ha supuesto un riesgo concreto de divergencia de las interpretaciones por parte de los tribunales nacionales que, en un caso, ha requerido la intervención de la Comisión en forma de una comunicación *amicus curiae* con arreglo al artículo 15, apartado 3, del Reglamento 1/2003¹⁸. Por consiguiente, es probable que una normativa más basada en los efectos y más sencilla garantizará mejor la aplicación coherente de las normas comunitarias de competencia en toda la UE.

¹⁶ Las cuatro decisiones de compromiso adoptadas por la Comisión el 13 de septiembre de 2007 en los asuntos *Toyota, Fiat, DaimlerChrysler* y *Opel* se originaron en una investigación de oficio, mientras que la decisión de prohibición de la Comisión en el asunto *Peugeot* de 5 de octubre de 2005 se basaba en denuncias anteriores a la entrada en vigor del REC.

¹⁷ Véase IP/06/302 – 303 de marzo de 2006 en los asuntos *GM* y *BMW*, así como IP/03/80 de 20 de enero de 2003 en el asunto *Audi*.

¹⁸ Para garantizar la aplicación coherente del artículo 81 del Tratado CE, la Comisión presentó observaciones escritas a la Cour d'Appel de París sobre el asunto *Garage Grémeau / Daimler Chrysler France*, asunto RG 05/17909.

En tercer lugar, se aduce que un menor formalismo daría mayor seguridad jurídica a las empresas del sector. Hay que recordar que, a pesar de haber hecho esfuerzos considerables con la publicación de un folleto explicativo y una serie de preguntas más frecuentes, la Comisión se ha encontrado, durante todo el periodo de referencia, con numerosas peticiones de asistencia de los interesados, que, en su mayoría, no guardaban relación con el impacto que pudieran tener los acuerdos en el mercado sino más bien con la interpretación de cláusulas contractuales concretas. Lo que es más importante, el número de peticiones de decisiones prejudiciales presentadas ante el Tribunal de Justicia Europeo relacionadas con el sector de la distribución de automóviles refleja el nivel relativamente elevado de inseguridad jurídica que parece deberse a un enfoque excesivamente detallado y formalista. Cuatro de las 13 decisiones prejudiciales dictadas por el Tribunal de Justicia entre el 1 de enero de 2003 y el 31 de diciembre de 2007 en el campo del antitrust se referían a la interpretación de cláusulas de exención por categorías relativas a condiciones para la resolución de contratos en el sector de los vehículos de motor. Esto supone el 80 % de todas las decisiones prejudiciales relativas a acuerdos de distribución vertical en ese mismo periodo¹⁹.

Por último, parece probable que un enfoque más basado en los efectos y más flexible contribuiría a reducir los costes de cumplimiento para los operadores del mercado²⁰. No hay duda de que el decidido énfasis en los niveles de calidad registrado después de 2002 ha estado en cierto modo provocado por el paso de un sistema que combinaba elementos tanto de exclusividad como de selectividad a un sistema más abierto. Llama la atención al respecto que prácticamente todas las asociaciones de concesionarios nacionales que han respondido a la investigación de la Comisión manifestaron que podía establecerse un vínculo entre la entrada en vigor del REC con los grandes cambios en las normas contractuales y algunas asociaciones cifraron el incremento de los costes resultante para los concesionarios en aproximadamente un 20 %. No obstante, este cambio regulatorio ha ido acompañado de numerosas condiciones y de una lista extensiva de cláusulas especialmente graves que, en algunos casos, no produjeron las mejoras esperadas de las condiciones competitivas en el mercado. Resulta especialmente evidente en el caso de las restricciones regulatorias concebidas para promover los acuerdos de subcontratación de servicios de reparación, la libre apertura de puntos de venta y de entrega adicionales y, en cierta medida, la multimarca. Por tanto, parece probable que si se eliminaran del REC las restricciones regulatorias superfluas mediante un enfoque más basado en los efectos, las partes probablemente celebrarían acuerdos más eficientes, lo que sería beneficioso para los consumidores.

Por tanto, la Comisión concluye en esta fase que un régimen más flexible, que se inspirara en los principios generales aplicables a las restricciones verticales reflejados actualmente en el Reglamento 2790 habría ofrecido un nivel equivalente de protección de la competencia en el

¹⁹ Tres de las cuatro decisiones se referían a la resolución del contrato con un año de preaviso cuando supuestamente se estaba reorganizando una red, y el asunto restante pedía una aclaración del sentido del artículo 3, apartado 6, del Reglamento sobre el papel de mediación cuando se resuelve un contrato – Asunto C-125/05 Vulcan Silkeborg contra Skandinavisk Motor, 7.9.2006; asuntos acumulados C-376/05 y C-377/05 Brünsteiner, Hilgert contra BMW, de 30 de noviembre de 2006; Asunto C-273/06 Auto Peter Petschenig contra Toyota Frey, 26.1.2007; Asunto C-421/05 City Motors Groep contra Citroen Belux, 18.1.2007.

²⁰ Para España, la asociación de concesionarios regionales estima que el incremento de costes debido a normas más elevadas ascendió a un 20 % tras la introducción del REC para vehículos de motor; Respuesta a la pregunta 2.13 del cuestionario de la Comisión HT1021-ADL-026.

mercado, con menores costes de cumplimiento para las empresas y un sistema de aplicación más eficiente para las autoridades de competencia.

V. PRÓXIMAS ETAPAS

Hay que señalar que el informe se circunscribe a representar las opiniones preliminares de la Comisión sobre el funcionamiento del Reglamento 1400/2002 y no presupone en modo alguno una decisión definitiva sobre el resultado de la revisión. El informe es el primer paso de un proceso de consulta exhaustivo para el que se pide la aportación de los interesados.

Basándose en los elementos que recoja en la próxima consulta, la Comisión emprenderá una evaluación posterior de los probables impactos positivos y negativos de las soluciones regulatorias.

También hay que señalar que el proceso de revisión del Reglamento general de exención por categorías 2790/1999 coincidirá con la publicación de esta evaluación de impacto. Si este proceso llevara a la Comisión a decidir que el sector de vehículos de motor podría estar adecuadamente cubierto por un régimen general sobre restricciones verticales, todos los interesados tendrían la garantía de que sus preocupaciones se examinarían debidamente en el marco del futuro proceso legislativo.

Con el fin de encontrar la solución más adecuada a un futuro régimen, la Comisión pide a los terceros interesados que presenten sus observaciones sobre las conclusiones del presente informe.

Las observaciones deberán enviarse antes del 31 de julio de 2008.

Por correo electrónico a la siguiente dirección:

Comp-car-sector@ec.europa.eu

Por correo ordinario a la siguiente dirección:

Comisión Europea
Despacho: J 70 - 01/128
Dirección General de Competencia
B - 1049 Bruselas
Bélgica

Este informe puede también consultarse en la Web, en todas las lenguas oficiales de la Comunidad, en la siguiente dirección:

http://ec.europa.eu/comm/competition/sectors/motor_vehicles/news.html

Confidencialidad: si no desea que sus observaciones sean comunicadas a terceros, le rogamos que lo indique claramente.