



De interés jurídico ...

En torno a la reciente eliminación de la “cláusula de localización” en el sector de la automoción

El pasado 1 de Octubre de 2005 se cumplió el plazo previsto en el Reglamento (UE) nº 1400/2002 para la derogación de las cláusulas contractuales relativas al lugar de establecimiento de los distribuidores en el Sector de la Automoción. Nos referimos a la denominada “Cláusula de Localización”, que hasta la fecha permitía a los fabricantes prohibir a sus distribuidores la apertura de instalaciones adicionales fuera de su área de responsabilidad primaria.

Se podrán aprovechar nuevas oportunidades empresariales y abrir establecimientos secundarios en aquellos mercados donde se tuvieran clientes potenciales, siempre que se cumplan las directrices o estándares establecidos por el fabricante para el mismo tipo de establecimiento en ese mercado.



Alfredo Briganty Arencibia

Esta reciente liberalización permite a los distribuidores de “turismos” o “vehículos comerciales ligeros”, pertenecientes a una red de **distribución selectiva**, abrir puntos de venta y entrega en otros lugares del mercado común europeo donde se aplique el mismo sistema, por lo que es preciso aclarar que **no afecta** esta nueva prerrogativa a quienes distribuyan vehículos pesados (camiones y autobuses) y a quienes pertenezcan a una Red configurada sobre el sistema de **distribución exclusiva**.

Es sabido que casi todos los fabricantes en Europa han estructurado sus redes comerciales a través del “sistema selectivo”, por lo que la imposibilidad de prohibir la apertura de instalaciones adicionales supone un cambio sustancial de enorme trascendencia, en tanto permite a los concesionarios aprovechar nuevas oportuni-

des empresariales y abrir establecimientos secundarios en aquellos mercados donde tuvieran clientes potenciales, con la única limitación de tener que cumplir las directrices o estándares establecidos por el fabricante para el mismo tipo de establecimiento en ese mercado.

Representa este avance normativo el último eslabón de la reforma preconizada en un Reglamento de exención por categorías (el nº 1400/2002 de la UE) que, como he dicho en reiteradas ocasiones, no supone más que un alarde de libertad aparente, toda vez que los fabricantes suelen aprovechar cualquier resquicio para afianzar la situación de dependencia económica de sus colaboradores.

A nadie oculto que tengo especiales reservas sobre la trascendencia de esta nueva liberalización, pues la experiencia me obliga a pensar que los fabricantes tratarán de seguir controlando la actividad de sus distribuidores poniendo trabas a la apertura de nuevos establecimientos, por secundarios que fueran, cuando se ubiquen en mercados alejados del área de responsabilidad primaria por ellos asignada y concretada en los distintos contratos mercantiles.



De interés jurídico ...

En este sentido, conviene destacar que el distribuidor que desee instalarse en otra zona distinta a la suya de origen, no tiene que pedir autorización previa al fabricante, pero sí cumplir escrupulosamente los mismos estándares de calidad establecidos para los "puntos de venta" o "entrega" en la zona o mercado donde pretenda instalarse. Compete al fabricante su verificación y el derecho a negar la apertura de la instalación en caso contrario, para evitar discriminaciones entre los miembros de su misma Red.

Cierto es que los contratos disponen normas confusas sobre el particular, en la mayoría de los casos restrictivas, si bien deberán interpretarse a partir de ahora de manera favorable a la libre apertura de los establecimientos estandarizados, para evitar perder el beneficio a la exención automática que legitima las prácticas prohibidas por el artículo 81 del Tratado CE.

Respecto al abastecimiento de los productos precisos para las instalaciones adicionales, deberá solicitarse al proveedor que suministre los vehículos al punto de venta original, aunque tendrá libertad el concesionario para adquirirlos a cualquier otro compañero o mayorista de su misma marca en cualquier lugar del mercado común.

Esta circunstancia obliga a los fabricantes a adoptar las medidas necesarias para asegurar el abastecimiento del número de unidades que satisfaga tanto la demanda del punto de venta originario (principal) como la de cualquier punto de venta adicional. Igualmente están obligados a respetar los precios e incentivos financieros independientemente del lugar o país en que se abran las nuevas instalaciones.

Ni que decir tiene que este nuevo derecho de los distribuidores lleva implícito problemas logísticos que los fabricantes también deben resolver de inmediato, evitando -insistimos- cualquier discriminación o práctica que pudiera considerarse restrictiva de la competencia.

Me gustaría disipar una confusión generalizada pues la eliminación de la "Cláusula de Localización" no confiere al distribuidor oficial de una marca concreta el derecho a solicitar la apertura de un establecimiento para productos de otra marca ajena a la que

representa. Sus efectos se centran simple y llanamente en el derecho para un distribuidor de una marca a abrir establecimientos secundarios para la venta y entrega de los productos de su propia marca en otras zonas del mercado común europeo.

Asimismo, conviene precisar que esta problemática tampoco afecta a los Talleres Oficiales de reparación, pues cualquier empresario que tenga un local y cumpla con los estándares de posventa preconizados por una Marca, puede solicitar la homologación y apertura de su Taller sin sometimiento a limitación alguna por razón del mercado. No existe limitación posible para estos desde el pasado 1 de Octubre de 2002, fecha de entrada en vigor del Reglamento (UE) nº 1400/2002.

Para concluir me voy a permitir la licencia de recomendar a los distribuidores máxima prudencia en el ejercicio del derecho a abrir puntos de "venta" y "entrega" en cualquier lugar del mercado europeo, pues no parece que la solución a los problemas económicos por los que atraviesa el Sector encuentre cobijo en la aparente liberalización de los mercados. **A**



Los fabricantes deberán garantizar el abastecimiento del número de unidades que satisfaga tanto la demanda del punto de venta principal como la de cualquier punto de venta adicional. Igualmente están obligados a respetar los precios e incentivos financieros independientemente del lugar o país en el que se abran las nuevas instalaciones.

Alfredo Briganty Arencibia
Socio Fundador
QVADRIGAS ABOGADOS
www.qvadrigas.com

QVADRIGAS
ABOGADOS