

Se aceleran las reuniones de las asociaciones europeas de concesionarios a un año de que los textos entren en vigor

Los borradores de los contratos de la red Stellantis llegarán entre julio y septiembre

Carlos Olmo / Madrid

El 19 de mayo del año pasado, Stellantis comunicaba a su red la intención de cancelar los contratos, una noticia que tomaba forma el 31 del mismo mes con el envío del preaviso de cese dos años después, de manera que los nuevos entrarán en vigor el 1 de junio de 2023. Ahora, justo en el ecuador de esta transición, *La Tribuna de Automoción* ha podido conocer de fuentes del sector, que el boceto de la nueva vinculación ya está preparado —en el que se incluye el plan de negocio y el *brandbook*, el libro de marca— y que se presentará a las asociaciones nacionales y a las redes de cada país en julio o septiembre, teniendo en cuenta que agosto es un período en el que este tipo de negociaciones se detienen. A partir de aquí, comenzarán las conversaciones para adaptar los textos a las particularidades de cada mercado y a los intereses de cada red y marca, aunque estos debates deberán ser más apresurados de lo conveniente ante la cercanía de la caducidad de la actual vinculación.

Desde la dirección de Stellantis, en un principio, cancelaban al 39% de la estructura (carta tipo C); de los que seguían, buena parte de estos tenían condicionada su continuidad a la realización de inversiones (carta tipo B), mientras otros la tenían asegurada (tipo A). Ahora, 12 meses después, ha habido algunos inversores que tenían la oportunidad de continuar como concesionario que, o bien no desean mantener la vinculación, o no están dispuestos a realizar los gastos que les solicita el constructor, por lo que algunos que estaban abocados al cierre podrían mantenerse, mientras que hay zonas en las que la matriz deseaba contar con un único grupo multimarca y que tendrá que asumir la presencia de dos inversores con sus enseñas repartidas entre ambos.

Asamblea de Concesionarios de Citroën

En este ambiente, llega la Asamblea Ordinaria de Concesionarios de Citroën, en la que estará representada de forma directa o por delegación de voto en torno al 90% de los centros, según han indicado a esta publicación fuentes de la



La Asamblea de Concesionarios de Citroën se celebra entre el 1 y el 3 de junio en la isla de La Palma y quiere recaudar fondos para la construcción de una escuela.

El grupo canceló el 39% de su estructura, aunque algunas concesiones podrían seguir ante la negativa a continuar de unos operadores que tenían asegurada su permanencia, mientras que otras no afrontarán las inversiones solicitadas

agrupación. Esta se celebrará entre los días 1 y 3 de junio en La Palma y tendrá fines benéficos, pues buscarán recoger fondos para reconstruir una escuela que resultó dañada tras la erupción del volcán en la isla.

Son muchos los temas a tratar en un momento de preaviso de cancelación, en un contexto de falta de vehículos por la crisis de los chips y con los precios al alza por la inflación. Además, también tendrá una importante cuota de protagonismo la demanda al fabricante, que se decidió interponer el pasado 17 de diciembre en una asamblea vir-

tual y en la que, desde entonces, está trabajando el bufete de abogados Martínez-Echevarría, el cual sigue recopilando datos, pero que aún no tienen el informe para iniciar la vía legal, para lo cual tampoco hay un plazo previsto.

Fagenauto solicita una moratoria

La Federación de Asociaciones y Agentes Oficiales de Automoción (Fagenauto) hizo el pasado 25 de mayo un llamamiento a Stellantis por el que solicita que «los borradores de los nuevos contratos y criterios de selección sean facilitados de manera urgente, o, en su defecto, sea dado un nuevo preaviso de 24 meses a partir de que estos sean presentados para su estudio».

Desde la agrupación, se quejan de que en este marco «no pueden tomar las decisiones adecuadas para actualizar sus estrategias de futuro y, sin embargo, tienen que seguir realizando las inversiones a las que obliga la marca sin garantía de que vayan a poder rentabilizarlas». Además, recuerdan que otras compañías han avisado de la cancelación de la vinculación, pero lo han hecho con una primera propuesta de documentación sobre la mesa, algo que no ha sucedido en este caso.

Aramis (Stellantis) se hace con la empresa española de VO Clicars

C.O.G. / Madrid

La francesa Aramis Group, cotizada en bolsa y que tiene a Stellantis como principal inversor, se ha hecho con el control total de la española Clicars, nacida en 2016, que ya tenía al grupo francoitaliano como inversor desde 2017. La operación se ha cerrado por un precio que no se ha dado a conocer, pero Europa Press apunta a que superaría los 100 millones de euros. Especializada en la venta de VO *online*, nació como una start-up en 2016 y, solo en su primer año, logró una facturación de 5 millones. Su crecimiento ha sido exponencial y cerró el 2021 con unos ingresos de 250 millones y una plantilla de 600 personas, además de aumentar de 40.000 a 90.000 m² el tamaño de sus instalaciones en Villaverde (Madrid), donde puede acoger unas 3.000 unidades y realizar el reacondicionamiento de hasta 25.000 al año.

Tras esta operación, la compañía mantendrá su nombre y forma de operar, y seguirá dirigida por José Carlos del Valle, quien fue nombrado CEO el pasado 1 de abril tras haber sido director de ventas, estrategia y financiaciones de la entidad y que presume de una dilatada experiencia en el mundo digital, después de haber pasado por compañías como Roland Berger, Samsung, Telefónica o Amazon. Junto a él estarán en el equipo directivo Alba Manzanero como directora de marketing (CMO) e Iván Velasco como director tecnológico (CTO).

Desde su nacimiento, la entidad creada por Carlos Rivera y Pablo Fernández —que almacenaban los vehículos en el aparcamiento de un cine— ha facturado más de 500 millones de euros.

Alfredo Briganty Socio-director de Quadrigas Abogados



El reglamento europeo deja sin resolver las necesidades de la distribución

Recientemente se ha publicado el Reglamento (UE) 720/2022, que viene a sustituir al nº 330/2010, para su entrada en vigor el 1 de junio. A la vez que establece un período de transición de un año para los acuerdos existentes, declara

compitiendo con sus distribuidores. A tal efecto, viene a aclarar también que los intercambios de información entre competidores sólo quedarán liberados si están directamente relacionados con la aplicación del acuerdo vertical y fuera necesaria para mejorar la producción o distribución de los bienes o servicios contratados.

2º- Se acepta incluso que el fabricante pueda vender al distribuidor los productos contractuales a un precio diferente, dependiendo de si están destinados a la comercialización en establecimiento físico o en línea. Conviene resaltar que el borrador de las Directrices considera especialmente grave que el constructor exija al distribuidor una determinada proporción de sus matriculaciones totales en el punto físico, e incluso que la diferenciación de tarifas hiciera inviábiles las ventas en línea por falta de rentabilidad.

3º- El uso de las plataformas híbridas (las que utilizan el sitio web de la marca) no servirá para controlar los precios de reventa, ni se beneficiarán de la exención cuando el proveedor decida realizar operaciones directas en línea, compitiendo con el distribuidor. Lo cierto es que queda en entredicho la intención de algunos fabricantes de someter a los distribuidores al servicio de un ecosistema propio.

4º- También es novedosa la definición de Distribución Exclusiva, pues confiere al proveedor la posibilidad de asignarse un territorio o un grupo de clientes para sí mismo o para un máximo de cinco compradores, res-

tringiendo la posibilidad de ventas activas en el área o al grupo de clientes exclusivos.

5º- Por lo que concierne a la exigencia de Marca Única (pacto de no competencia), podrán establecerse acuerdos que no necesiten ser renegociados cada 5 años, siempre que el distribuidor pueda rescindirlos con un preaviso razonable.

6º- Por último, en lo concerniente al estatuto de agencia, no podrá considerarse verdadero agente a quien deba asumir riesgos o inversiones para el ejercicio de su actividad en el mercado. Lo que es más relevante, cuando la actividad del agente se combina con la de distribuidor o concesionario, la parte de las inversiones dedicadas a cada actividad debe delimitarse con precisión, y quedará sometido al Reglamento todo aquel que no sea verdadero agente genuino.

Concluyo vaticinando ríos de tinta y la necesidad de tiempo para asumir con acierto la interpretación de esta normativa comunitaria, pues, lamentablemente, no ha nacido para atender en profundidad las necesidades e incertidumbres existentes en el sector de automoción.

Confiemos en que la futura modificación del Reglamento 461/2010, propio de este sector, permita a las autoridades europeas darse cuenta de lo que es ineludible por necesario, para dar estabilidad, seguridad jurídica y económica a las empresas que conforman uno de los tejidos industriales más importantes de nuestro país.

Da cobertura a la economía digital y al comercio electrónico, donde se concentran las mayores novedades, si bien lo considero inidóneo para resolver el juego de la competencia que caracteriza a la automoción

sus postulados válidos hasta el 2034. Nace para dar cobertura a la economía digital y al comercio electrónico, ámbito en el que se concentran las mayores novedades, si bien lo considero inidóneo para resolver el juego de la competencia que caracteriza al sector de la automoción.

Como novedades, toda vez que el planteamiento general es el mismo que en el Reglamento extinguido, podemos concretar algunas de interés, sectorialmente hablando:

1º- Viene a exencionar la doble distribución, de manera que un proveedor (léase fabricante, mayorista o importador) puede vender por medio de una red de distribuidores independientes o a través de su propia web,