

Comunicato stampa

Bruxelles, 04/04/2022

I contratti di agenzia non veri e propri sono potenzialmente una pratica anticoncorrenziale

Molte case automobilistiche si stanno rivolgendo a modelli di vendita di agenzia, questo per combinare i punti di forza della loro capillare rete di concessionari indipendenti con i vantaggi di processi di vendita più strettamente gestiti e l'accesso diretto al cliente.

In teoria, i fabbricanti sono liberi di decidere su quale modello di distribuzione srotolare, tuttavia, devono rispettare e rispettare gli obblighi contrattuali di quel particolare modello di distribuzione messo in atto. In altre parole, non sono autorizzati a combinare modelli diversi e a trarre vantaggio da ogni particolare sistema.

CECRA nota una tendenza verso i produttori che optano per un modello di agenzia. Questo modello di agente consiste nel nominare un "agente di vendita", che agisce in nome e per conto di un produttore chiamato "principale". Il ruolo dell'agente consiste essenzialmente nel prendere ordini dai clienti e inoltrarli al produttore che poi consegna direttamente ai clienti al prezzo fissato dal committente. Tutti i rischi finanziari e gli investimenti sono a carico del "principale" (produttore). , Questo modello è anche etichettato come vero e proprio contratto di agenzia. Chiamati autentici perché sono al di fuori del campo di applicazione della legislazione sulla concorrenza che è progettata per regolare i comportamenti commerciali di parti indipendenti. Un agente "autentico" non è indipendente dal produttore.

Se le responsabilità dell'agente vanno oltre un rischio finanziario e di investimento "insignificante" (noto anche come contratto di agenzia "non autentico"), la posizione esentata dalla legislazione in materia di concorrenza andrà persa. Di conseguenza, in base a un siffatto contratto di agenzia «non autentico», il produttore non è autorizzato a fissare il prezzo per il cliente finale. Sotto questo aspetto l'agenzia non genuina è molto simile a un modello di distribuzione, in cui i rischi finanziari e gli investimenti erano in larga misura supportati dai concessionari e i concessionari erano fondamentalmente liberi di fissare i prezzi finali al cliente finale.

CECRA avverte i produttori, devono esserne pienamente consapevoli e tenere conto di tutti gli aspetti e gli obblighi che un contratto di agente implica. Sebbene, come detto, ci siano regole severe da rispettare, vediamo alcuni produttori diventare fantasiosi e stanno emergendo una serie di scenari.

Siamo informati che alcuni produttori cercano di giocare a un "gioco di cherry-picking". Alcuni produttori hanno "proposto" ai loro rivenditori effettivi di passare a contratti di agente non genuini in base ai quali gli ex concessionari dovrebbero continuare a sostenere investimenti e rischi significativi e il prezzo finale non sarebbe interamente fissato (ad esempio lasciando che il prezzo finale al cliente fluttui di alcune decine di euro, essendo questa l'eventuale rinuncia alla commissione dall'agente al cliente finale). Tale importo sarebbe ovviamente irrisorio e non consentirebbe certo di ritenere che il produttore non controlli il prezzo di vendita al cliente finale e possa quindi fare a meno di assumersi i costi e i rischi commerciali e finanziari.

In assenza di un'effettiva possibilità per gli "agenti" di rinunciare a una parte significativa della loro commissione, vi è il rischio che le autorità garanti della concorrenza considerino che esiste una situazione di fatto di prezzo di rivendita imposto, che è una clausola nera nell'attuale regolamento di esenzione per categoria e rimarrà tale anche nel futuro progetto di regolamento. La Commissione europea è ben informata su queste pratiche e le sta seguendo da vicino.

Cecra ritiene quindi che da un punto di vista giuridico, questo sistema di contratti di agente "falsi" non regga e presenti gravi rischi sia per i produttori che vorrebbero seguire questa strada sia - anche se in misura minore - per i distributori che firmano contratti di agente "falsi" che potrebbero così diventare (contro la loro volontà

poiché i distributori sarebbero stati costretti a firmare tali contratti a pena di risoluzione di il loro rapporto con il brand interessato!) parti interessate a una pratica anticoncorrenziale e quindi potenzialmente esposte ad ammende!

Economicamente, i produttori non dovrebbero "offrire" contratti ai loro partner se sanno che il modello di business proposto non è fattibile. CECRA non si oppone di per sé all'uso di veri e propri contratti di agente che possono avere elementi positivi sia per i produttori che per gli attuali rivenditori, ma: "Qualunque modello di distribuzione i produttori si srotoleranno, un aspetto fondamentale è che, che si tratti di un distributore o di un agente, hanno bisogno di un modello di business economicamente sostenibile, altrimenti il futuro della distribuzione, la riparazione e la manutenzione delle auto saranno interrotte".

Per maggiori informazioni
Bernard Lycke - Direttore Generale
bernard.lycke@cecra.eu
Cellulare: +32 475 932 693
