

NUOVO REGOLAMENTO EUROPEO SULLA CONCORRENZA: UN RISCHIO PER I CONCESSIONARI

I TEMI SCOTTANTI DELLA NUOVA VBER

- La nuova VBER: cos'è e perché temerla
- Il sondaggio sul sentiment dei concessionari
- le vendite online e la "dual distribution"
- Il contratto di agenzia e la disintermediazione dei concessionari
- Il contratto di commissione rischi e svantaggi
- L'iniziativa di Federauto



WORKSHOP NAZIONALE

OMBRE E MINACCE SUL FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE DELL'AUTO

Cosa cambia con il nuovo regolamento europeo sulla concorrenza.

Durante il workshop saranno presentati i risultati del sondaggio Federauto condotto da Format research sui concessionari.



LA NUOVA VBER cos'è e perché temerla

Questa nota affronta, sia pure in forma sintetica, alcune delle complesse tematiche, vitali per il futuro delle aziende concessionarie, alla luce di cambiamenti che stanno assumendo un'accelerazione senza precedenti nel settore della distribuzione dell'auto. Il nuovo Regolamento europeo di esenzione per categoria relativo agli accordi verticali (*Vertical Block Exemption Regulation*, in breve **VBER**), che a giugno 2022 sostituirà quello attualmente in vigore, è solo un catalizzatore di tendenze, in parte già in atto, in particolare in seno alle case costruttrici.

Lo sviluppo esponenziale del commercio online, l'accesso ai dati dei clienti, la facilità di comunicare con il consumatore offerta da internet sono elementi che hanno radicalmente modificato gli equilibri fra gli attori del mercato: fornitore, distributore e cliente finale. Con il lock down e lo smart working, questi fenomeni hanno assunto una dimensione inimmaginabile fino a poco più di un anno fa.

Affascinati dall'esempio di Tesla, i costruttori d'auto stanno immaginando di proporre la vendita diretta delle proprie auto sul mercato, in aperta antitesi con il sistema di distribuzione da loro stessi creato e realizzato sinora grazie all'impegno dei concessionari, un ulteriore passo che segue l'ingresso, sul mercato del nuovo, dei grandi player del noleggio a lungo termine. L'obiettivo è quello di accorciare il percorso fra fabbrica e cliente allo scopo di recuperare marginalità, il che rende indispensabile il passaggio contrattuale dal concessionario alla figura dell'agente ovvero del commissionario. Di fatto, si tratta di una transizione epocale che ha un impatto decisivo sulla gestione finanziaria, economica e sul perimetro di business delle odierne aziende concessionarie, nonché sull'orizzonte temporale e sulla stessa solidità del rapporto con le case produttrici.

Il sondaggio sul sentiment dei concessionari.

Al fine di chiarire lo scenario che si presenterà nel prossimo futuro e di comprendere il sentiment delle reti distributive, Federauto farà seguire a questa Newsletter un'indagine telefonica condotta su un campione rilevante e significativo di titolari. I risultati di quest'indagine saranno presentati in occasione di una convention che si terrà entro la prima metà di novembre.

A seguito dell'introduzione del Regolamento di esenzione per categoria relativo agli accordi verticali (Vertical Block Exemption Regulation VBER) nel 2003, poi sostituito dal UE 330 del 2010, la grande maggioranza delle case automobilistiche ha adottato la distribuzione selettiva, che permette di scegliere i distributori (concessionari) in base a severi standard qualitativi chiaramente definiti.

Negli anni, gli importanti investimenti imposti dalle case automobilistiche per il rispetto degli standard hanno comportato una selezione darwiniana all'interno del sistema distributivo con la perdita di quasi il 70% dei concessionari (circa 2.600 solo in Italia) e, con essa, di decine di migliaia di posti di lavoro.

Questo risultato, che nasce da un evidente squilibrio tra le forze contrattuali in campo, ossia fornitore e distributore, rischia oggi di essere aspramente acuito dal nuovo regolamento, attualmente in fase avanzata di progetto, che entrerà in vigore nel giugno 2022.

LA VENDITA ONLINE

Attraverso aperture nei confronti delle vendite online, il nuovo regolamento favorisce l'ingresso sul mercato di nuovi attori, fra cui le stesse case automobilistiche, in aperta e diretta concorrenza con i propri concessionari.

Avendo le case imposto negli anni la condivisione dei dati clienti, oggi esse sono in grado di approcciare direttamente il mercato, disintermediando il concessionario a scapito degli investimenti per milioni di euro che questi ha realizzato in strutture, organizzazione, formazione, allestimenti architettonici e attrezzature. Si tratta di standard che, in un nuovo scenario, le case potrebbero decidere di ridurre notevolmente rispetto a quelli inizialmente imposti, con strutture che spesso non possono essere riconvertite.

Non solo. Il nuovo regolamento europeo prevede che piattaforme di rivendita online di peso rilevante possano acquisire lo status di "fornitori" e con ciò formalmente essere in grado di stabilire una propria rete di distribuzione diretta e indipendente. Questa dinamica evidentemente darebbe vita a una destabilizzazione senza precedenti.

IL CONTRATTO D'AGENZIA E IL CONTRATTO DI CONCESSIONE

Come ben sappiamo, il prodotto automobilistico è un complesso insieme di hardware e servizi, ed è questo insieme che il cliente acquista, in una negoziazione sfaccettata in cui intervengono componenti tanto essenziali per il cliente (consulenza, test-drive, finanziamenti, ritiro dell'usato e altri servizi accessori) quanto fondamentali per il risultato economico e dunque per la sopravvivenza stessa del concessionario. Nel percorso di disintermediazione del concessionario, il passaggio dal contratto di concessione al contratto di agenzia rischia di depauperare definitivamente il ruolo del concessionario.

Infatti, mentre il contratto di concessione regola in maniera chiara ruoli e responsabilità fra fornitore e distributore, in cui quest'ultimo assume su di sé il rischio imprenditoriale di acquistare il prodotto del fornitore e di rivenderlo sul mercato, investendo le proprie risorse in termini di know-how, strutture, organizzazione e mezzi, l'agente è un mero intermediario, quello che si definirebbe altrimenti un segnalatore, cui il produttore riconosce una provvigione esclusivamente sulla vendita conclusa. Nel caso dell'auto, il rapporto contrattuale sarà direttamente fra casa e cliente. Il cosiddetto "genuine agent", come lo definisce la bozza del regolamento EU,

non potrà fatturare, né vendere finanziamenti o altri servizi, né ritirare l'usato in acconto per la vendita di un'auto nuova. Non gli sarà permesso di sviluppare il proprio mercato attraverso azioni di marketing, poiché anch'esse saranno appannaggio della casa costruttrice.

IL CONTRATTO D'AGENZIA

Gli obiettivi di una casa automobilistica per il passaggio al contratto di agenzia sono:

- 1) evitare i vincoli anticoncorrenziali e più in generale i limiti imposti dalla BER
- 2) limitare l'area territoriale attribuita al singolo agente
- 3) limitare e circoscrivere i tipi/gruppi di clienti attribuiti a ciascun agente
- 4) definire unilateralmente la politica di prezzi e margini

In sintesi, **governare unilateralmente il mercato**, utilizzando e beneficiando a costo zero delle strutture dei concessionari, nel frattempo declassati ad agenti, semplicemente come showroom e punti di consegna, senza tenere conto in termini economici della situazione pregressa, degli investimenti realizzati e tantomeno dell'avviamento.

Il contratto d'agenzia è regolato dalla Direttiva CEE 653 del 1986 e disciplinata dal codice civile italiano dagli artt. 1742 e seguenti del codice civile. Si tratta di un impianto normativo debole, concepito per la figura di un agente individuale, che ha ben poco a che vedere la complessità di un'azienda concessionaria.

▲ I PRO

- L'agente non ha responsabilità nei confronti del cliente su prodotto, tempi di consegna, errori di fornitura.
- L'agente non ha stock, quindi né immobilizzo di capitali (limitatamente allo stock) né oneri finanziari.
- Allo stesso modo, l'agente non acquisisce veicoli da dimostrazione o esposizione.

▼ I CONTRO

- **L'agente non fattura**, prende semplicemente una provvigione di segnalazione sui contratti andati a buon fine che si concludono fra cliente e costruttore.
- **L'agente non può vendere prodotti ancillari** (finanziamenti, leasing, altre forme di noleggio a lungo termine, contratti di garanzia o di manutenzione) poiché questi attengono al costruttore.
- Non fatturando e non vendendo servizi finanziari, **l'agente non potrà più trattare il ritiro dell'usato in acconto per la vendita di un'auto nuova**; quindi, l'usato diverrà un business collaterale e ristretto.
- L'agente deve **condividere integralmente i dati** raccolti con il costruttore, in considerazione del fatto che il cliente sarà del costruttore non dell'agente.
- **I termini di revoca vanno da 1 mese a massimo 6 mesi** (questo solo nel caso di anzianità del rapporto di almeno 5 anni e fatte salvo, come in alcuni aspetti che seguono, eventuali regolamentazioni contrattuali diverse e migliorative che le parti dovessero stabilire fra loro).
- La revoca può avvenire anche per non meglio definite **"ragioni di carattere eccezionale"**.
- A titolo di **compensazione** l'agente riceverà **la commissione attesa per un anno di attività**.
- Tuttavia, affinché la compensazione sia giustificata, l'agente deve aver accresciuto in maniera **"significativa"** il volume d'affari.
- **Il radicale cambiamento dei termini contrattuali e il pressoché totale azzeramento del fatturato incideranno in maniera significativa sul rating bancario, sui finanziamenti e sulle linee di credito in essere.**
- **Il rapporto con la casa madre ne uscirà decisamente indebolito.**

IL CONTRATTO DI COMMISSIONE

Il contratto di commissione è previsto dall'articolo 1731 e seguenti del Codice civile. Il contenuto è quello di un mandato senza rappresentanza, con due note caratterizzanti. Una è la specificità dell'oggetto dell'incarico, che deve consistere nella conclusione, da parte del commissionario, di contratti di compravendita, l'altra è l'assenza di poteri di rappresentanza in capo al commissionario il quale provvede alla stipula in nome proprio e per conto del committente. Si applicano le regole generali sul mandato senza rappresentanza: è direttamente il commissionario a vendere i beni e legittimato alla riscossione del corrispettivo, in quanto egli agisce in nome proprio, anche se per conto del committente. Una volta riscosso il corrispettivo, il commissionario sarà tenuto a versare quanto ricevuto al committente. Tutto il resto è lasciato ad accordi fra le parti, ivi compresi i termini del recesso. Di fatto questo accordo, pur avendo equivalenti in altri paesi, non è preso in considerazione dal regolamento europeo. Questo accordo sfugge dalle norme relative alla competizione. I contraenti sono liberi di definire i rapporti reciproci, ciò comporta ovviamente dinamiche di negoziazione fortemente condizionate dalla forza contrattuale di ciascuno, esponendo evidentemente il soggetto più debole nella trattativa

▲ I PRO

- Come nel caso del contratto di concessione, l'imprenditore mantiene il proprio carattere imprenditoriale, fermi i vincoli del mandato.
- Il commissionario acquista dal committente i prodotti che poi rivende in proprio.
- Il commissionario può continuare a vendere prodotti ancillari (finanziamenti, leasing, altre forme di noleggio a lungo termine, contratti di garanzia o di manutenzione).
- Il commissionario può trattare l'usato.

▼ I CONTRO

- Il commissionario è **direttamente responsabile di qualsiasi problematica** nei confronti del cliente.
- Come il concessionario, il commissionario è **unico responsabile del pagamento** nei confronti del committente (in base agli accordi definiti fra costruttore e commissionario, tale responsabilità può essere resa parziale).
- È il **commissionario** che **acquisisce il prodotto** che poi si impegna a rivendere sul mercato; quindi, è possibile che il committente (casa automobilistica) chieda di rispettare alcuni standard in merito all'acquisizione di veicoli da esposizione e dimostrazione.
- **La casa stabilisce unilateralmente come configurare il rapporto contrattuale, la sua durata, i termini di revoca** e ogni ulteriore dettaglio, poiché il contratto di commissione non è regolamentato in alcun modo dalla normativa per la concorrenza EU.
- **I termini di uscita non sono definiti**, come non lo è l'eventuale compensazione dell'avviamento o di altri investimenti dedicati (market specific).
- **Il rapporto con la casa madre ne uscirà decisamente indebolito.**

A seguito dell'introduzione del Regolamento di esenzione per categoria relativo agli accordi verticali (Vertical Block Exemption Regulation VBER) nel 2003, poi sostituito dal UE 330 del 2010, la grande maggioranza delle case automobilistiche ha adottato la distribuzione selettiva, che permette di scegliere i distributori (concessionari) in base a severi standard qualitativi chiaramente definiti.

Negli anni, gli importanti investimenti imposti dalle case automobilistiche per il rispetto degli standard hanno comportato una selezione darwiniana all'interno del sistema distributivo con la perdita di quasi il 70% dei concessionari (circa 2.600 solo in Italia) e, con essa, di decine di migliaia di posti di lavoro.

Questo risultato, che nasce da un evidente squilibrio tra le forze contrattuali in campo, ossia fornitore e distributore, rischia oggi di essere aspramente acuito dal nuovo regolamento, attualmente in fase avanzata di progetto, che entrerà in vigore nel giugno 2022.

L'INIZIATIVA DI FEDERAUTO

Su questi come su altri aspetti di carattere più tecnico che, per brevità, saranno rimandati per approfondimenti al prossimo incontro annunciato all'inizio di questo articolo, Federauto sta conducendo un'intensa azione tesa a limitare le problematiche presenti nella nuova bozza di regolamento. L'azione di Federauto è rivolta sia nei confronti delle Direzioni Generali Concorrenza e Piccola e Media Impresa presso la Commissione Europea, sia nei confronti di rappresentanti del Parlamento Europeo, sia nei confronti dei parlamentari e legislatori italiani. Inoltre, Federauto sta conducendo azioni di concerto con altre associazioni nazionali di altri mercati europei e con la stessa AECDR, l'alleanza delle federazioni che comprende alcuni mercati rilevanti e alcune associazioni di categoria. In merito agli sviluppi di queste azioni Federauto si impegna a tenere costantemente aggiornati i propri associati e il mondo dei concessionari in generale, nel comune interesse volto alla tutela del settore distributivo dell'auto italiano.

WORKSHOP NAZIONALE

OMBRE E MINACCE SUL FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE DELL'AUTO

Cosa cambia con il nuovo regolamento europeo sulla concorrenza.

Durante il workshop saranno presentati i risultati del sondaggio Federauto condotto da Format research sui concessionari.

