

DISTRIBUCIJA I SERVISIRANJE MOTORNIH VOZILA U EUROPSKOJ UNIJI

UREDBA KOMISIJE (EZ) BR. 1400/2002 OD 31. SRPNJA 2002.¹

**O PRIMJENI ČLANKA 83. STAVKA 3. UGOVORA NA KATEGORIJE
VERTIKALNIH SPORAZUMA I USKLAĐENA DJELOVANJA U SEKTORU
MOTORNIH VOZILA**

BROŠURA S OBJAŠNJENJIMA

Europska komisija – Opća uprava za tržišno natjecanje

¹ SL L 203, 1. kolovoza 2002., str. 30.

Predgovor

Distribucija i popravak motornih vozila područja su od izuzetno važnog interesa za europske potrošače. Ovaj je sektor povezan s posebnim problemima vezanim uz tržišno natjecanje – osobito kad je riječ o pravima potrošača da na Jedinstvenome tržištu kupe vozilo gdje god im to odgovaralo u Europskoj uniji. Nova Uredba 1400/2002, koju objašnjava ova brošura, osmišljena je kako bi izdvojila ove probleme uz priznavanje posebnosti sektora motornih vozila.

Ova nova uredba bavi se i problemima povezanim s popravljanjem i održavanjem te opskrbom rezervnim dijelovima, budući da su tijekom uporabnog vijeka vozila troškovi povezani s tim uslugama gotovo jednako visoki kao i početna cijena samoga vozila.

Nova uredba nastoji pojačati konkurenciju i donijeti opipljivu korist europskim potrošačima. Ona otvara put većem korištenju novih distribucijskih tehnika poput prodaje putem Interneta i prodaje više robnih marki. To će dovesti do veće konkurencije između distributera, znatno olakšati prekograničnu kupovinu novih vozila i povećati konkurentnost cijena. Vlasnici automobila imat će više mogućnosti izbora za popravak i održavanje te bolji izbor rezervnih dijelova.

Ova brošura s objašnjenjima, sastavljena u Općoj upravi za tržišno natjecanje, zamišljena je kao pravno neobvezujući vodič uz Uredbu. Njezin je cilj poslužiti kao informativni vodič raznim zainteresiranim stranama, osobito potrošačima, distributerima i serviserima. Takve su informacije sve važnije u svjetlu temeljnih promjena koje uvodi Uredba. U brošuri se nalaze posebna poglavlja za te strane te odgovori na pitanja koja bi mogla biti postavljena. To bi čitatelju trebalo omogućiti lakše pronalaženje informacija u skladu s njegovim potrebama.

Opća uprava za tržišno natjecanje pažljivo će nadzirati primjenu ove važne uredbe i neće oklijevati s djelovanjem, ako to bude potrebno, kako bi osigurala da pravila zaštite tržišnog natjecanja budu poštovana i da ova Uredba bude na korist europskim potrošačima.

Philip Lowe

Direktor Opće uprave za
zaštitu tržišnoga natjecanja

Sadržaj

1. UVOD

2. STRUKTURA BROŠURE

3. SVRHA UREDBE (EZ) BR. 1400/2002

3.1. Opći pristup

3.2. Rezultat novoga općeg pristupa s obzirom na distribuciju i servisiranje motornih vozila

4. SADRŽAJ UREDBE

4.1. Definicije pojmova korištenih u Uredbi (članak 1.)

4.2. Područje primjene Uredbe (članak 2.)

4.2.1. Proizvodi i usluge koje pokriva Uredba

4.2.2. Kategorije sporazuma koje pokriva Uredba

4.3. Opći uvjeti primjene (članak 3.)

4.3.1. Pragovi tržišnog udjela

4.3.2. Opći uvjeti o posebnih odredbama koje moraju biti uključene u ugovore

4.4. Zabranjena ograničenja (članak 4.)

4.5. Posebni uvjeti (članak 5.)

4.5.1. Trgovina različitim robnim markama (Multi-branding)

4.5.2. Lokacija ovlaštenih distributera ili serviseru u selektivnim distribucijskim sustavima

4.6. Ukidanje pogodnosti skupnog izuzeća (članak 6.)

4.7. Odustajanje od primjene na mjerodavnome tržištu (članak 7.)

4.8. Stupanje na snagu i prijelazno razdoblje (članci 12. do 10.)

4.9. Nadzor i evaluacijsko izvješće (članak 11.)

5. PRAVA, OBVEZE I MOGUĆNOSTI KOJE PRUŽA OVA UREDBA

5.1. Potrošači: povećani izbor u skladu s načelima Jedinственog tržišta

5.1.1. Prodaja

5.1.2. Servisiranje poslije prodaje

5.2. Posrednici

5.3. Ovlašteni distributeri novih motornih vozila (u ovoj se brošuri spominju i kao «dileri»)

5.3.1. Prodaja novih vozila kod distributera

5.3.1.1. Prodaja novih motornih vozila potrošačima putem usluga koje pruža posrednik

5.3.1.2 Prodaja novih vozila društvima koja se bave leasingom

5.3.2. Distribucija raznih marki motornih vozila kod distributera (multi-branding)

5.3.3. Pravo na otvaranje dodatnih prodajnih mjesta (zabrana «lokacijske klauzule»)

5.3.4. Dostava novih vozila distributeru

5.3.5. Sporovi koji se odnose na ugovorne uvjete

5.3.6. Pravo distributera da odluči hoće li obavljati usluge servisiranja i održavanja

5.3.7. Prijenos/prodaja distributerskog ugovora ili ovlasti za servisiranje

5.3.8. Raskid ugovora o distribuciji

5.4. Ovlašteni serviseri

5.4.1. Kako postati ovlašteni serviser

5.4.2. Zabrana lokacijske klauzule za ovlaštene servisere

5.4.3. Rezervni dijelovi i ovlašteni serviser

5.4.4. Zabrane konkuriranja za ovlaštene servisere

5.4.5. Prijenos ovlasti za servisiranje

5.5. Neovisni operateri na tržištu poslije prodaje

5.5.1. Pristup tehničkim informacijama

5.5.2. Veza između neovisnih i ovlaštenih servisera

6. DEFINIRANJE TRŽIŠTA I IZRAČUN TRŽIŠNIH UDJELA

6.1. Načela definiranja tržišta

6.2. Primjeri definiranja tržišta i izračun tržišnih udjela

7. DISTRIBUCIJA I PRISTUP REZERVNIM DIJELOVIMA

8. PRILOG I. – UPUTE NA NAJVAŽNIJE DOKUMENTE O PRAVILIMA ZAŠTITE TRŽIŠNOG NATJECANJA ZA DISTRIBUCIJU MOTORNIH VOZILA U EUROPSKOJ UNIJI

9. PRILOG II. – TEKST UREDBE 1400/2002

10. KAZALO

1. UVOD

U državama članicama Europske unije, proizvođači motornih vozila i rezervnih dijelova svoje proizvode distribuiraju putem mreža distributera. Kad je riječ o motornim vozilima, ti su distributeri najčešće poznati pod nazivom «dileri», pa ćemo ih tako ponekad nazivati i u ovoj brošuri. Proizvođači motornih vozila i ostali poduzetnici također upravljaju mrežama ovlaštenih serviseri. Takva distribucija ili servisna mreža sastoji se od mnoštva sličnih ugovora između proizvođača i pojedinačnih distributera ili serviseri. Za potrebe prava tržišnoga natjecanja, ovi se ugovori nazivaju vertikalnim sporazumima, budući da proizvođač i distributer ili serviser djeluju na različitim razinama proizvodnog ili distribucijskog lanca.

Članak 81. Ugovora o EZ-u primjenjuje se na ugovore koji bi mogli utjecati na trgovinu između država članica, a sprječavaju, ograničavaju ili narušavaju tržišno natjecanje. Prvi uvjet za primjenu članka 81. jest da ugovori o kojima je riječ mogu imati značajni utjecaj na trgovinu između država članica. Takav je obično slučaj ako se mreža širi na cijelome teritoriju neke države članice. Ako je prvi uvjet ispunjen, članak 81. stavak 1. zabranjuje sporazume koji značajno ograničavaju ili narušavaju tržišno natjecanje.² To je moguće u slučaju vertikalnih sporazuma koji ne samo da određuju cijenu ili količinu za neku određenu prodajnu ili kupovnu transakciju, nego i sadrže ograničenja za opskrbljivača ili kupca (dalje u tekstu «vertikalna ograničenja»). Članak 81. stavak 3. ovu zabranu čini neprimjenjivom u slučaju onih sporazuma koji donose dovoljnu korist, poput poboljšanja učinkovitosti, kojom se nadmašuju protutržišni učinci. Smatra se da su takvi ugovori izuzeti u skladu s odredbama članka 81. stavka 3. Ugovori mogu biti izuzeti samo ako potrošači uživaju zadovoljavajuću korist od takvih poboljšanja.³

Hoće li vertikalni sporazum zaista ograničavati tržišno natjecanje i hoće li u tom slučaju koristi biti veće od protutržišnih učinaka često ovisi o strukturi tržišta. U načelu, za to je potrebna individualna ocjena. Unatoč tome, Komisija može uredbom izuzeti cijele kategorije

² Članak 81. stavak 1. propisuje:

Kao nespojivi sa Zajedničkim tržištem, zabranjeni su: svi sporazumi između poduzetnika, odluke udruženja poduzetnika i usklađena djelovanja koja bi mogla utjecati na trgovinu između država članica i koja za cilj ili učinak imaju sprječavanje, ograničavanje ili narušavanje tržišnoga natjecanja unutar Zajedničkog tržišta, a osobito oni kojima se:

- (a) neposredno ili posredno određuju kupovne ili prodajne cijene ili drugi trgovinski uvjeti;
- (b) ograničavaju ili nadziru proizvodnja, tržišta, tehnički razvoj ili ulaganja;
- (c) dijele tržišta ili izvori nabave;
- (d) primjenjuju nejednaki uvjeti na iste ili slične poslove s različitim trgovačkim partnerima, čime ih se stavlja u nepovoljan položaj u odnosu na konkurenciju;
- (e) sklapanje ugovora uvjetuje pristankom drugih stranaka na dodatne obveze koje, po svojoj prirodi ili prema trgovačkim običajima, nisu ni u kakvoj vezi s predmetom tih ugovora.

³ U članku 81. stavku 3. stoji:

«Odredbe stavka 1. mogu, unatoč tome, biti proglašene neprimjenjivima u slučaju:

- bilo kakvoga sporazuma ili vrste sporazuma između poduzetnika;
- bilo kakve odluke ili vrste odluka koje donose udruženja poduzetnika;
- bilo kakvog usklađenog djelovanja ili vrste usklađenoga djelovanja,

koji pridonose poboljšanju proizvodnje ili distribucije robe ili promicanju tehničkoga ili gospodarskoga napretka, pri čemu potrošačima omogućavaju pravedan udio u koristi koja iz njih proizlazi, (...)»

sporazuma. Takve se uredbe obično nazivaju "uredbe o skupnim izuzećima". Npr. Komisija je donijela uredbu o skupnim izuzećima za ugovore o opskrbi i distribuciji pod nazivom Uredba Komisije 2790/1999⁴. Ova uredba o skupnim izuzećima primjenjuje se, u načelu, na vertikalne sporazume u svim sektorima industrije i trgovine. Unatoč tome, u slučajevima u kojima je Komisija donijela posebnu uredbu o skupnim izuzećima za određeni sektor, Uredba 2790/1999 nije primjenjiva.⁵

U sektoru motornih vozila određeno je vrijeme postojala posebna uredba o skupnim izuzećima. Uredba Komisije 1475/95⁶, bivša sektorska uredba za sektor motornih vozila, prestala je važiti 30. rujna 2002. i zamijenjena je Uredbom 1400/2002 od 31. srpnja 2002. o primjeni članka 81. stavka 3. Ugovora na kategorije vertikalnih sporazuma i usklađena djelovanja u sektoru motornih vozila⁷ (dalje u tekstu: "Uredba" ili "Nova uredba").

Nova uredba primjenjuje se u Europskoj uniji, a primjenjiva je i u Europskome gospodarskom prostoru⁸.

Nova uredba stupila je na snagu 1. listopada 2002., a uvodi brojne suštinske promjene s obzirom na izuzetke od primjene ugovora o distribuciji za nova motorna vozila i rezervne dijelove. Uredba uvodi i velike promjene s obzirom na izuzetke od ugovora o pružanju usluga popravljivanja i održavanja kod ovlaštenih i neovlaštenih servisera i drugih neovisnih operatera, poput operatera koji pružaju pomoć na cesti, distributera rezervnih dijelova i pružatelja obuke servisera.

Unatoč tome, opća politika Komisije jest da sve zainteresirane strane imaju dovoljno vremena za prilagodbu novome zakonskom okviru, pa će radi toga nova uredba biti u potpunosti primjenjiva po isteku prijelaznih razdoblja.⁹

Svrha ove brošure jest da posluži kao vodič uz Uredbu za potrošače¹⁰ i druge operatere. Ona bi trebala i pomoći trgovačkim društvima da sama procijene da li su njihovi vertikalni sporazumi u skladu s pravilima tržišnog natjecanja Europske zajednice. U brošuri se nalazi tehnička analiza i objašnjenja, a ona donosi i odgovore na pitanja s kojima bi se proizvođači, dileri, proizvođači i distributeri rezervnih dijelova, ovlaštene i drugi neovisni operateri uključeni u prodaju i/ili popravak i održavanje motornih vozila, mogli susresti u praksi. No, brošura ne daje detaljne komentare svake odredbe Uredbe i nije pravno obvezujuća.

⁴ Uredba Komisije (EZ) br. 2790/1999 od 22. prosinca 1999. o primjeni članka 81. stavka 3. Ugovora na kategorije vertikalnih sporazuma i usklađena djelovanja (SL L 336, 29. prosinca 1999., str. 21.)

⁵ Vidi članak 2. stavak 5. Uredbe 2790/1999.

⁶ Uredba Komisije (EZ) br. 1475/95 od 28. lipnja 1995. o primjeni članka 81. stavka 3. Ugovora na određene kategorije sporazuma o distribuciji i servisiranju motornih vozila (SL L 145, 29. lipnja 1995., str. 25.).

⁷ SL L 203, 1. kolovoza 2002., str. 30.

⁸ Vidi Odluku Zajedničkoga odbora za Europski gospodarski prostor 136/2002 od 27. rujna 2002. kojom se izmjenjuje Prilog XIV. (Tržišno natjecanje) uz Sporazum o Europskome gospodarskome prostoru (još nije objavljeno u Službenome listu); vidi i Odluku Zajedničkoga odbora 46/96 od 19. srpnja 1996. kojom se izmjenjuje Prilog XIV. (Tržišno natjecanje) uz Sporazum o Europskome gospodarskome prostoru (SL L 291, 14. studenoga 1996., str. 39.) prema kojoj je Uredba 1475/95 primjenjiva i u članicama Europskoga gospodarskoga prostora.

⁹ Vidi Odjeljak 4.8. i članke 10. i 12. Uredbe. Sporazumi koji su sukladni sa zahtjevima iz Uredbe 1475/95 izuzeti su do 30. rujna 2003. Nadalje, distributerima novih motornih vozila u selektivnom distribucijskom sustavu do 30. rujna 2005. može biti zabranjeno da otvaraju dodatna prodajna mjesta u drugim područjima u Europskoj uniji.

¹⁰ Jedan od glavnih ciljeva ove brošure jest da potrošači i posrednici saznaju na koji način Uredba jamči slobodu kupovanja automobila bilo gdje u Europskoj uniji u skladu s načelima Jedinственoga tržišta.

2. STRUKTURA BROŠURE

Brošura ima sljedeću strukturu:

Poglavlje br. 3. objašnjava namjere i ciljeve Uredbe s obzirom na distribuciju motornih vozila te usluge servisiranja i održavanja.

Poglavlje 4. sadrži objašnjenje strukture Uredbe i neke pravne aspekte svake njezine odredbe. To bi moglo biti posebno zanimljivo pravnicima i osobama koje žele bolje razumjeti opseg primjene i sadržaj raznih odredaba ove Uredbe.

Poglavlje 5. posebno je usmjereno na potrošače, uključujući i njihove posrednike te na distributere novih vozila i servisere. U njemu se nalaze odgovori na pitanja koja bi se mogla pojaviti za svaku od kategorija zainteresiranih strana, u posebnim odjeljcima za svaku kategoriju. Odgovori na ta pitanja mogu biti relevantni za proizvođače vozila, za proizvođače rezervnih dijelova i njihove prodavače na veliko. Prava koja su prenesena na npr. potrošače i njihove neovisne servisere mogu odgovarati i obvezama koje obvezuju druge operatere, poput proizvođača vozila.

Poglavlje 6. obrađuje tehnička pitanja povezana s definiranjem tržišta.

Poglavlje 7. odnosi se na distribuciju rezervnih dijelova iz tehničke perspektive.

Konačno, popis dokumenata relevantnih za ovaj novi režim i cjeloviti tekst nove Uredbe nalaze se u prilogu ove brošure, a dostupni su i na internetskoj stranici Opće uprave za tržišno natjecanje.¹¹

3. SVRHA UREDBE (EZ) BR. 1400/2002

3.1. Opći pristup

Uredba 1400/2002 je uredba koja donosi skupna izuzeća specifična za sektor motornih vozila. Uredba pokriva ugovore o distribuciji novih motornih vozila i rezervnih dijelova te ugovore o distribuciji koji uređuju pružanje usluga servisiranja i održavanja kod ovlaštenih serviser. Ona se bavi i pitanjem pristupa tehničkim informacijama za neovisne operatere koji su izravno ili neizravno uključeni u servisiranje i održavanje motornih vozila, poput neovisnih serviser te pitanjem pristupa rezervnim dijelovima.

Uredba 1400/2002 stroža je od prethodne uredbe, Uredbe 1475/95 i od Uredbe 2790/1999, radi rješavanja problema koji su utvrđeni u tome sektoru.¹²

Uredba 1400/2002 se, unatoč tome, temelji na općoj politici Komisije za ocjenu vertikalnih ograničenja na način propisan u Uredbi 2790/1999 i u pratećim Smjernicama o vertikalnim ograničenjima¹³. Ona se, stoga, temelji više na ekonomskom pristupu i na načelu da

¹¹ http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/

¹² Vidi izvješće Komisije od 15. studenoga 2000. o evaluaciji Uredbe (EZ) br. 1475/95 o primjeni članka 85. stavka 3. Ugovora na ugovore o distribuciji određenih kategorija motornih vozila i servisiranju. Document COM(2000)743 final, objavljen na internetskoj stranici: http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/

¹³ Komisijine Smjernice o vertikalnim ograničenjima (SL C 291, 13. listopada 2000., str. 1.).

gospodarski subjekti (proizvođači, distributeri) moraju organizirati distribuciju prema vlastitim potrebama. Zbog toga je nova Uredba manje preskriptivna od Uredbe Komisije 1475/95, u cilju izbjegavanja učinka „luđačke košulje“¹⁴, koji je primijećen u slučaju Uredbe 1475/95 i u cilju omogućavanja razvoja inovativnih distribucijskih oblika.

Nova uredba uzima u obzir opću politiku prema kojoj bi skupna izuzeća trebala pokrivati restriktivne sporazume samo do određenog praga tržišnog udjela, a u ovome slučaju prag je najčešće 30%, iako iznosi i 40% za kvantitativnu selektivnu distribuciju novih motornih vozila. Osim toga, nova Uredba pokriva samo sporazume kod kojih su ispunjeni neki opći uvjeti¹⁵, npr. u vezi s rješavanjem sporova putem arbitraže. Važan dio ove Uredbe usmjeren je na djelovanja i ponašanje koji ozbiljno ograničavaju tržišno natjecanje na Zajedničkom tržištu i koji su štetni za potrošače. S tim ciljem, u skladu s općim pristupom Komisije kad je riječ o uredbama o skupnim izuzećima¹⁶, ona uvodi vrlo ozbiljna ograničenja (često spominjana kao "crne klauzule" ili "zabranjena ograničenja") u kojima se objašnjava što obično nije dopušteno¹⁷. Ovaj je popis sastavljen u cilju uzimanja u obzir pitanja koja su specifična za sektor motornih vozila, osobito s obzirom na servisiranje i održavanje. Ako su ta ograničenja prisutna, ne samo da ugovor više neće uživati koristi od skupnih izuzeća, nego nije vjerojatno ni njegovo pojedinačno izuzimanje. Osim popisa zabranjenih ograničenja, nova uredba uvodi posebne uvjete za neka vertikalna ograničenja, osobito zabranu konkuriranja i lokacijske klauzule¹⁸. Ako ti posebni uvjeti nisu ispunjeni, ta vertikalna ograničenja isključena su iz skupnih izuzeća. Unatoč tome, Uredba se i dalje primjenjuje na ostatak vertikalnoga sporazuma ako ostatak sporazuma može funkcionirati neovisno o vertikalnom ograničenju koje nije izuzeto. Vertikalno ograničenje koje nije izuzeto ne podliježe pojedinačnoj ocjeni prema odredbama članka 81.

3.2. Rezultat novoga općega pristupa prema distribuciji i servisiranju motornih vozila

Raspoloživi podaci pokazuju¹⁹ da cijena pri kupovini te troškovi popravljanja i održavanja automobila, svaki zasebno, čine oko 40 % ukupnih troškova vlasnika automobila²⁰. Tržišno natjecanje na tržištu distribucije, popravljanja i održavanja stoga je jednako važno za potrošače, pa se Uredba bavi i jednim i drugim pitanjem.

U evaluacijskom izvješću koje je Komisija prihvatila 15. studenoga 2000. zaključuje se da Uredba 1475/95 nije postigla neke od svojih glavnih ciljeva²¹. Ni primjena opće uredbe o vertikalnim skupnim izuzećima (Uredba 2790/1999) ne bi riješila sve probleme koji su utvrđeni u evaluacijskom izvješću. Iako se temelji na istom ne-preskriptivnom pristupu kao i Uredba 2790/1999, Uredba 1400/2002 uvodi stroži pristup.

¹⁴ Učinak kod kojega, izuzimajući samo jedan model distribucije, Uredba potiče sve dobavljače da koriste najbliži sustav distribucije, što dovodi do krutosti sustava.

¹⁵ Vidi članak 3. za opće uvjete.

¹⁶ Uredba Komisije 2790/1999; Uredba Komisije (EZ) br. 2658/2000 od 29. studenoga 2000. o primjeni članka 81. stavka 3. Ugovora na kategorije ugovora o specijalizaciji (SL L 304, 5. prosinca 2000., str. 3.); Uredba Komisije (EZ) br. 2659/2000 od 29. studenoga 2000. o primjeni članka 81. stavka 3. Ugovora na kategorije ugovora o istraživanju i razvoju (SL L 304, 5. prosinca 2000., strl 7.).

¹⁷ Vidi članak 4. za zabranjena ograničenja

¹⁸ Vidi članak 5. za posebne uvjete.

¹⁹ Andersen, studija utjecaja mogućega budućega razvoja zakonodavstva na distribuciju motornih vozila, za sve zainteresirane strane, str. 43., poglavlje II.2.1.B; objavljeno na internetu: http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/.

²⁰ Preostalih 20 % predstavlja financiranje, osiguranje i drugi troškovi.

²¹ Vidi Izvješće Komisije o evaluaciji Uredbe 1475/95.

Kad je riječ o **distribuciji novih motornih vozila**, Uredba se temelji na sljedećim načelima:

- zabrani kombinacije selektivne i ekskluzivne distribucije koju dopušta Uredba 1475/95. Radi postizanja koristi od nove uredbe, proizvođači moraju izabrati između sustava selektivne i ekskluzivne distribucije pri određivanju svojih distributera;
- pojačavanju konkurencije između distributera u različitim državama članicama (konkuriranje unutar iste robne marke) i poboljšavanje integracije tržišta, osobito odustajanjem od izuzimanja ugovora o distribuciji koji ograničavaju pasivnu prodaju, odustajanjem od izuzimanja ugovora o distribuciji u selektivnim distribucijskim sustavima koji ograničavaju aktivnu prodaju te odustajanjem od izuzimanja klauzula (često spominjanih pod nazivom "lokacijske klauzule") koje distributerima u selektivnim distribucijskim sustavima zabranjuju uspostavu dodatnih prodajnih mjesta²² izvan područja Zajedničkoga tržišta;
- uklanjanju obveze prema kojoj ista tvrtka mora obavljati i prodaju i servisiranje²³, odustajanjem od izuzimanja ugovora koji distributerima ne dopuštaju sklapanje podugovora o servisiranju i popravljanju vozila s ovlaštenim serviserima koji pripadaju mreži ovlaštenih serviseri marke o kojoj je riječ i koji stoga ispunjavaju proizvođačeve standarde s obzirom na kvalitetu²⁴.
- olakšavanju trgovine s više robnih marki odustajanjem od izuzimanja ograničenja prodaje motornih vozila različitih marki kod istoga distributera²⁵. Dobavljači mogu, unatoč tome, nametnuti obvezu prema kojoj motorna vozila različitih marki moraju biti izložena u različitim dijelovima iste dvorane za izlaganje;
- zadržavanju "klauzule o raspoloživosti" odustajanjem od izuzimanja ugovora koji ograničavaju sposobnost distributera da prodaje automobile s različitim tehničkim karakteristikama u odnosu na odgovarajuće modele iz distributera ugovora. To bi trebalo omogućiti potrošaču da dobije vozilo od distributera u drugoj državi članici s tehničkim karakteristikama potrebnim za uporabu u potrošačevoj državi članici, npr. omogućiti potrošačima u Velikoj Britaniji i Irskoj da nove automobile s upravljačem na desnoj strani kupe na europskome kontinentu²⁶;
- potpora potrošačima da koriste posrednike ili nabavne agente²⁷. Ti su operateri važni jer potrošačima omogućuju da kupe vozilo u nekome drugome dijelu Zajedničkoga tržišta;
- jačanje neovisnosti distributera u odnosu prema proizvođačima, poticanjem istodobne prodaje više robnih marki i jačanjem minimalnih standarda ugovorne zaštite (uključujući zadržavanje postojećih minimalnih rokova za obavještanje koje propisuje Uredba 1475/95) i dopuštajući im da realiziraju vrijednost koju su dobili

²² Poslije 30. rujna 2005. Vidi članak 5. stavak 2. točku (b) i članak 12. stavak 2. Uz lokacijsku klauzulu, proizvođač distributera obvezuje se poslovati samo s određenoga mjesta poslovnog nastana, a to može biti na nekoj adresi, u nekome gradu ili na nekome području.

²³ To se često spominje kao prodajno-servisna veza.

²⁴ Članak 4. stavak 1. točka (g).

²⁵ Članak 5. stavak 1. točke (a) i (c).

²⁶ Članak 4. stavak 1. točka (f).

²⁷ Vidi bilješku br. 14.

omogućujući im slobodu da svoje poslovanje prodaju drugim distributerima koji su ovlaštteni za prodaju iste marke²⁸.

Sve u svemu, Uredba 1400/2002 uvodi režim koji bi trebao poticati razvoj inovativnih distribucijskih metoda i time poboljšati tržišno natjecanje.

Kad je riječ o **popravku i održavanju motornih vozila**, Uredba 1400/2002 temelji se na istome strožem pristupu, ali se pri tome zadržavaju i neki elementi iz prethodne Uredbe 1475/95, budući da Uredba 27900/1999 ne sadrži odredbe koje bi bile dovoljno prilagođene popravku i održavanju motornih vozila. S obzirom na visinu troškova potrošača za popravak i održavanje, važno je osigurati da oni mogu birati između raznih mogućnosti i da svi operateri (distributeri, ovlaštteni serviseri, neovisni serviseri, uključujući trgovine dijelovima, lance za brzi popravak i servisne centre) mogu ponuditi kvalitetne usluge i time pridonijeti sigurnosti i pouzdanosti vozila.

Zbog svega toga, kad je riječ o popravku i održavanju, Uredba 1400/2002 nastoji postići sljedeće ciljeve:

- dopustiti proizvođačima da ovlaštenim serviserima postave selekcijske kriterije, pod uvjetom da ti kriteriji ne sprječavaju ostvarivanje bilo kojega prava omogućenoga Uredbom;
- osigurati da, u slučaju da dobavljač novih motornih vozila postavlja kvalitativne kriterije ovlaštenim serviserima u svojoj mreži, svi operateri koji ispunjavaju te kriterije mogu pristupiti mreži. Taj će pristup poboljšati tržišno natjecanje između ovlaštenih serviseri jer omogućuje operaterima s potrebnim tehničkim znanjem da počnu poslovati gdje god postoji prilika za početak poslovanja;
- poboljšati pristup ovlaštenih serviseri rezervnim dijelovima koji predstavljaju konkurenciju dijelovima koje prodaje proizvođač vozila;
- očuvati i ojačati konkurentni položaj neovisnih serviseri; oni trenutno obavljaju oko 50% svih popravaka na motornim vozilima²⁹. Uredba poboljšava njihov položaj jačanjem njihove mogućnosti da ostvare pristup rezervnim dijelovima i tehničkim informacijama u skladu s tehničkim napretkom, osobito na području elektroničkih uređaja i dijagnostičke opreme. Pravo na pristup proširuje se i na obuku te na sve vrste alata, jer je pristup svim tim elementima nužan da bi operater mogao pružati usluge poslije prodaje vozila. Poželjan i važan uzgredni učinak ovoga širokoga pristupa jest poticanje poboljšanja tehničkih vještina kod neovisnih serviseri, na korist sigurnosti prometa na cestama i potrošača općenito.

Uzimajući sve ove elemente u obzir, Uredba 1400/2002 jača tržišno natjecanje na tržištima distribucije novih motornih vozila i pružanja usluga nakon prodaje vozila.

4. SADRŽAJ UREDBE

²⁸ Članak 3. stavak 3. i članak 3. stavak 5.

²⁹ Andersenova studija, str. 254., dodatak 8.; Accenture, Studija utjecaja mogućega budućega razvoja zakonodavstva na distribuciju motornih vozila, za sve zainteresirane strane, Rujan 2001., naručena od ACEA-a, str. 11.

U ovome se poglavlju donosi pregled sadržaja raznih članaka Uredbe i nastoji se objasniti neke odredbe za koje bi moglo biti potrebno tumačenje. U njemu su nabrojani i objašnjeni članci, praćeni, u najvećoj mogućoj mjeri, uputama na točke iz preambule Uredbe, primjeri i odgovori na pitanja koja bi mogli postaviti pravnici i dobavljači motornih vozila i rezervnih dijelova u distribucijskoj mreži. Ovaj odjeljak sadrži i upute na druge obavijesti Komisije u kojima se donose konceptualne upute o pitanjima povezanim s njezinom primjenom.

4.1. Definicije korištene u Uredbi (članak 1.)

Članak 1. donosi popis definicija koje objašnjavaju značenje koje treba dati određenim riječima ili izrazima koji se koriste u tekstu drugih članaka Uredbe. Ako je potrebno, precizna definicija nalazi se ispod teksta članaka u kojima se koriste te riječi ili ti izrazi.

4.2. Područje primjene Uredbe (članak 2.)

Članak 2.

Područje primjene

1. Sukladno članku 81. stavku 3. Ugovora i podložno odredbama ove Uredbe, ovim se utvrđuje da se odredbe članka 81. stavka 1. ne primjenjuju na vertikalne sporazume kada se oni odnose na uvjete pod kojima stranke mogu kupovati, prodavati ili preprodavati nova motorna vozila, rezervne dijelove za motorna vozila ili pružati usluge popravka i održavanja motornih vozila.

Prva točka primjenjuje se u onoj mjeri u kojoj takvi vertikalni sporazumi sadrže vertikalna ograničenja.

Izuzeće utvrđeno ovim stavkom prepoznaje se kao “izuzeće” za potrebe ove Uredbe.
(...)

4.2.1. Proizvodi i usluge pokriveni područjem primjene Uredbe

Članak 1. *Definicije*

Za potrebe ove Uredbe:

(...)

n) «motorno vozilo» označava vozilo s vlastitim pogonom namijenjeno uporabi na javnim cestama, s tri ili više kotača.

(...)

s) «rezervni dijelovi» označava robu koja treba biti ugrađena u motorno vozilo ili na njega kako bi zamijenila komponente toga vozila, uključujući robu poput maziva koja je neophodna

za uporabu motornoga vozila, uz iznimku goriva.
(...)

Pitanje br. 1: Gdje je granica između nove Uredbe 1400/2002 i Uredbe 2790/1999 o vertikalnim sporazumima?

U članku 2. stavku 5. Uredbe 2790/1999 o vertikalnim sporazumima stoji da se ona ne primjenjuje na vertikalne sporazume čiji je predmet u području primjene bilo koje druge uredbe o skupnim izuzećima. Stoga se Uredba 2790/1999 ne primjenjuje na vertikalne sporazume koji se odnose na nova motorna vozila, usluge popravka i održavanja za motorna vozila i rezervne dijelove za motorna vozila, na način utvrđen u Uredbi. Sporazum čiji predmet ulazi u područje primjene Uredbe³⁰, ali ne zadovoljava ostale uvjete postavljene u njoj³¹, ne ulazi u područje primjene Uredbe 2790/1999.

Pitanje br. 2: Primjenjuje li se Uredba na sve ugovore koji se odnose na vozila i rezervne dijelove?

Ne. Uredba se ne primjenjuje, između ostaloga, na vozila koja nisu motorna vozila³², na motorna vozila koja nisu nova³³, na zajmove banaka kojima krajnji korisnik financira kupovinu vozila ili na robu koja ne obuhvaća rezervne dijelove na način utvrđen Uredbom³⁴.

Mnogi zamjenski proizvodi specifični su za motorna vozila na način utvrđen Uredbom, pa jasno ulaze u okvire definicije rezervnih dijelova iz članka 1. stavka 1. točke (s). Unatoč tome, neka roba, poput maziva, boja i generičkih proizvoda kao što su vijci, matice i klinovi, mogu imati dvostruku ili višestruku uporabu. Iako mogu biti ugrađeni u motorno vozilo ili na njega kako bi zamijenili njegove sastavne dijelove, oni mogu biti korišteni i u vrstama vozila koja nisu pokrivena ovom Uredbom (npr. motocikli, traktori) ili čak i u još različitijim okolnostima. Stoga bi takva roba trebala biti smatrana sastavnim dijelovima samo u smislu članka 1. stavka 1. točke (s), tako da vertikalni sporazumi za njihovu distribuciju budu u području primjene Uredbe ako je sigurno da su namijenjeni za ugradnju u motorno vozilo ili na njega. U praksi, to se događa ako djelatnost kupca pripada sektoru popravaka motornih vozila ili ako je riječ o dobavljaču toga sektora.

Time bi se isključili iz područja primjene Uredbe, na jednoj razini trgovine, vertikalni ugovori kod kojih prodavači na veliko takve proizvode kupuju za daljnju distribuciju širokom spektru potrošača i, na drugoj razini trgovine, ugovori koji se odnose na proizvode namijenjene izravnoj prodaji krajnjim korisnicima, jer će okolnosti krajnje uporabe u oba slučaja biti posve nejasne. Na primjer, vertikalni sporazum između proizvođača vijaka i prodavaonice alata za kućnu uporabu ne ulazi u područje primjene Uredbe, čak i ako proizvođač iste vijke dobavlja i za proizvođača motornih vozila ili sektoru servisiranja motornih vozila. Na isti način u područje primjene ne ulazi ni ugovor s distributerom npr. boja ili maziva, osim ako vrsta

³⁰ Vidi članak 2. Područje primjene.

³¹ Npr. članci 3., 4. ili 5.

³² Definicija motornih vozila ista je kao i u Uredbi 1475/95. Neka vozila ne ulaze u tu definiciju zato što nemaju vlastiti pogon, poput zaprežnih kola, zato što imaju manje od tri kotača, poput motocikala, ili zato što nisu namijenjena uporabi na javnim cestama, iako mogu povremeno prometovati javnim cestama, poput traktora ili strojeva za zemljane radove.

³³ Npr. tržište rabljenih automobila.

³⁴ Npr. zato što nije neophodna za uporabu motornoga vozila, iako može biti ugrađena u njega, poput dodatne opreme kao što je kasetofon, CD ili druga dodatna oprema u skladu s trgovinskim običajima (objašnjenje u Poglavlju 7.).

njegove djelatnosti ne daje razumnu sigurnost da će takva roba biti korištena samo za ugradnju u motorno vozilo ili na njega, a to ulazi u područje primjene Uredbe. Takva sigurnost ne postoji u slučaju maloprodaje boja i maziva benzinskim crpkama, supermarketima, ili prodavaonicama alata za kućnu uporabu. U onoj mjeri u kojoj se vertikalni sporazumi odnose na vozila, roba ili usluge nisu pokrivena Uredbom, oni u načelu ulaze u područje primjene Uredbe 2790/1999.

4.2.2 Kategorije sporazuma koji ulaze u područje primjene Uredbe

Članak 1. Definicije

1. Za potrebe ove Uredbe:

(...)

c) «vertikalni sporazumi» označava sporazume ili usklađeno djelovanje koje ugovaraju dva ili više poduzetnika, od kojih svaki djeluje, u svrhe sporazuma, na različitoj razini proizvodnog ili distributivnog lanca;

(...)

Članak 2. Područje

2. Izuzeće se primjenjuje i na sljedeće kategorije vertikalnih sporazuma:

(a) vertikalne sporazume koje sklapa udruženje poduzetnika i njegovi članovi, ili takvo udruženje i njegovi dobavljači, samo ako su svi njegovi članovi distributeri motornih vozila ili rezervnih dijelova za motorna vozila ili serviseri i ako nijedan član udruženja, zajedno sa svojim povezanim poduzetnicima, ne ostvaruje ukupni godišnji prihod koji premašuje 50 milijuna eura; ova Uredba obuhvaća vertikalne sporazume koje su takva udruženja sklopile ne dovodeći u pitanje primjenu članka 81. na horizontalne sporazume zaključene između članova udruženja ili odluke koje je udruženje usvojilo;

(b) vertikalne sporazume koji sadrže odredbe o dodjeli ili ostvarivanju prava intelektualnoga vlasništva od strane kupca, pod uvjetom da te odredbe nisu glavna svrha takvih sporazuma i izravno se odnose na uporabu, prodaju ili preprodaju robe ili usluga od strane kupca ili njegovih potrošača. Izuzeće se primjenjuje pod uvjetom da te odredbe ne sadrže ograničenja tržišnoga natjecanja u svezi s robama ili uslugama iz ugovora koje imaju istu svrhu ili učinak kao vertikalna ograničenja koja nisu izuzeta ovom Uredbom.

3. Izuzeće se ne primjenjuje na vertikalne sporazume zaključene između konkurentskih poduzetnika.

Ono se, međutim, primjenjuje ako konkurentski poduzetnici zaključe ne-recipročni vertikalni sporazum i:

(a) kupac ostvaruje ukupni godišnji prihod koji ne premašuje 100 milijuna eura, ili

(b) dobavljač je proizvođač i distributer robe, dok je kupac distributer koji ne proizvodi robu

koja konkurrira robi iz ugovora, ili

(c) dobavljač je davatelj usluga na nekoliko razina trgovine, a kupac ne pruža konkurentske usluge na onoj razini trgovine na kojoj kupuje usluge iz ugovora.

Pitanje br. 3: Koje vrste vertikalnih sporazuma pokriva Uredba?

Uredba se primjenjuje na vertikalne sporazume u sektoru motornih vozila na svim razinama trgovine, od prve faze u kojoj proizvođač dobavlja novo motorno vozilo, do konačne preprodaje krajnjim potrošačima te od prvoga dostavljanja rezervnih dijelova od strane proizvođača do pružanja usluga popravljanja i održavanja krajnjim potrošačima. Uredba pokriva, između ostaloga, vertikalne sporazume između:

- proizvođača motornih vozila ili njegove podružnice i neovisnih uvoznika ili prodavača na veliko, koji nisu podružnice proizvođača i može im se povjeriti opskrba i upravljanje distribucijom proizvođača te servisna mreža u jednoj ili više država članica, čak i ako proizvođač ima podružnice za uvoz i prodaju na veliko u tim ili drugim državama članicama³⁵;

- proizvođača motornih vozila ili njegove podružnice i pojedinačnih članova njegove mreže ovlaštenih distributera i serviseru, uključujući i licenciranje prava na intelektualno vlasništvo koje drži proizvođač³⁶;

- proizvođača motornih vozila, glavnoga distributera i pod-distributera ili zastupnika u distribucijskim mrežama s dvije ili tri razine³⁷. Takvi su sporazumi pokriveni bez obzira na to da li pod-distributere bira proizvođač vozila, a oni su ugovorno povezani s njime ili glavni distributeri biraju i sklapaju ugovore sa pod-distributerima na temelju kriterija koje utvrđuje proizvođač³⁸;

- proizvođača motornih vozila ili rezervnih dijelova i udruženja ovlaštenih ili neovisnih distributera ili serviseru koji zajednički kupuju motorna vozila ili rezervne dijelove, ako nitko od pojedinačnih članova udruženja nema ukupni godišnji prihod koji prelazi 50 milijuna eura³⁹.

- dobavljača rezervnih dijelova i pojedinačnih članova mreže neovisnih ili ovlaštenih serviseru koji koriste te rezervne dijelove za pružanje usluga popravaka i održavanja.

Područje primjene Uredbe je, stoga, šire od Uredbe 1475/95 jer uključuje sporazume, npr. s uvoznicima ili prodavačima na veliko motornih vozila koji ne pružaju usluge nakon prodaje vozila, sa serviserima koji ne prodaju automobile i s dobavljačima koji dobavljaju serviserima rezervne dijelove.

³⁵ Članak 2. stavak 3. točke (a) i (b).

³⁶ Članak 2. stavak 2. točka (b), npr. uporaba žiga postavljenog u izložbenoj dvorani u kojoj se vozila prodaju ili otkrivanje znanja potrebnih za pružanje servisnih usluga određene marke.

³⁷ Točka preambule br. 3.

³⁸ Uredba ne sprječava korištenje distribucijskih sustava s jednom razinom. Izbor načina organiziranja sustava pripada proizvođaču ili dobavljaču čija se motorna vozila i rezervni dijelovi dobavljaju u mreži. Distribucijski ugovori koje distributer sklapa s drugim poduzetnicima bili su podložni pristanku dobavljača, u skladu s člankom 3. stavkom 6. Uredbe 1475/95.

³⁹ Članak 2. stavak 2. točka (a).

Pitanje br. 4: Ulaze li vertikalni sporazumi u područje primjene Uredbe ako dobavljač također izravno prodaje motorna vozila krajnjim potrošačima i tako konkurira vlastitoj distribucijskoj mreži?

Općenito gledajući, Uredba se ne primjenjuje na vertikalne sporazume koje sklapaju međusobno konkurirajući poduzetnici. Unatoč tome, određeni vertikalni sporazumi između konkurenata ulaze u područje primjene Uredbe. Tako npr. članak 2. stavak 3. proširuje područje primjene Uredbe na situacije dvostruke distribucije kako bi se pokrili razni vertikalni sporazumi koje proizvođač motornih vozila koji ih prodaje izravno krajnjim korisnicima može sklopiti s pojedinačnim članovima svoje mreže (svojih mreža) ovlaštenih distributera. Uredba ne donosi nikakve posebne zahtjeve s obzirom na istodobno postojanje prodavaonica u vlasništvu proizvođača i onih u vlasništvu ovlaštenih distributera koji ih vode.

Pitanje br. 5: Ulaze li u opseg primjene Uredbe ugovori o zastupanju?

Ugovori o zastupanju vrlo su česti u sektoru motornih vozila. Komisija jasno razlikuje «istinske» i «neistinske» ugovore o zastupanju za potrebe prava tržišnoga natjecanja EZ-a, u skladu s kriterijima iz Smjernica o vertikalnim ograničenjima, bez obzira na način na koji su takvi ugovori kategorizirani u nacionalnom građanskom pravu⁴⁰. Istinski ugovori o zastupanju, tj. oni u kojima je zastupnik izložen malome ili nikakvome financijskom i trgovinskom riziku s obzirom na ugovor koji je sklopio ili dogovorio u ime svojega nalogodavca i s obzirom na ulaganja specifična za tržište u toj djelatnosti, nisu zabranjeni u skladu s odredbama članka 81. stavka 1. i ne ulaze u područje primjene Uredbe. Ne-istinski ugovori o zastupanju pak ulaze u opseg primjene Uredbe⁴¹.

Pitanje br. 6: Koji su zahtjevi koje ugovori, općenito gledajući, moraju zadovoljiti kako bi bili u skladu s Uredbom i kakve su posljedice takve usklađenosti?

Kako bi se Uredba primjenjivala na ugovore koji ulaze u njezin opseg primjene, opći uvjeti u članku 3. moraju biti zadovoljeni, a odredbe i uvjeti među strankama ne smiju izravno ili neizravno voditi prema zabranjenim ograničenjima, u skladu s popisom u članku 4. Specifične obveze koje ne zadovoljavaju uvjete nabrojene u članku 5. nisu izuzete, ali je moguće, u skladu s nacionalnim ugovornim pravom, odijeliti takve obveze od ostatka ugovora, tako da ostatak bude pokriven skupnim izuzećima. Korištenje pritiska, financijski poticaji ili destimuliranje, davanje u zakup trgovačkih prostora ili druge mjere⁴² koje ograničavaju ili pokušavaju ograničiti neovisno ponašanje distributera ili servisera u cilju konkurentskoga ponašanja kojemu pogoduju odredbe članaka 4. i 5. ili koji narušavaju prava iz članka 3., nisu izuzeti u skladu s odredbama Uredbe. Sva druga ograničenja ili uvjeti sadržani u ugovorima koji zadovoljavaju ove uvjete mogu biti predmet skupnih izuzeća, jer članak 2. zabranu propisanu u članku 81. stavku 1. čini neprimjenjivom na takve ugovore.

⁴⁰ Smjernice o vertikalnim ograničenjima, Odjeljak II.2 Ugovori o zastupanju, stavci 12. d 20.

⁴¹ Takvi «neistinski» ugovori o zastupanju mogu ulaziti u okvir članka 81. stavka 1., a ulazili su i u područje primjene Uredbe 1475/95, vidi i Odluku Komisije od 10. listopada 2001. – DaimlerChrysler – (slučaj COMP/36.264 – Mercedes-Benz), SL L 257, 25. rujna 2002. str. 1.

⁴² Na primjer, ako je proizvođač manjinski dioničar jednoga od svojih distributera i dogovara s ostalim dioničarima da distributer više neće obavljati trgovinu s više robnih marki ili otvarati nove poslovnice za prodaju ili isporuku nakon 30. rujna 2005., to će se smatrati prikrivenim vertikalnim sporazumom koji bi ulazio u definiciju članka 1. stavka 1. točke (d) i koji ne bi bio izuzet u skladu s odredbama članka 5. stavka 1. točke (a) ili članka 5. stavka 2. točke (b).

Uredba stranke oslobađa obveze dokazivanja da u njihovim specifičnim ekonomskim i pravnim okolnostima, njihovi ugovori zadovoljavaju uvjete iz članka 81. stavka 3. Uredba, koja obvezuje i izravno se primjenjuje u svim državama članicama, osigurava da u cijeloj Europskoj uniji takvi ugovori ne mogu biti proglašeni ništavima u skladu s odredbama članka 81. stavka 2. U skladu s načelom nadređenosti prava Zajednice, nijedna mjera koju nacionalna tijela donose u skladu s nacionalnim zakonima o tržišnom natjecanju ne bi smjela naškoditi jednoobraznoj primjeni Uredbe na cijelome području Zajedničkoga tržišta.

4.3. Opći uvjeti primjene (članak 3.)

Članak 3. Uredbe donosi pet općih uvjeta koje ugovori moraju ispuniti kako bi se primjenjivala skupna izuzeća. Prvi od ta tri uvjeta ograničava primjenu izuzeća u situacijama u kojima određeni pragovi tržišnih udjela nisu prekoračeni i ispod kojih se može sa sigurnošću pretpostaviti da će uvjeti iz članka 81. stavka 3. u načelu biti ispunjeni. Ostali uvjeti zahtijevaju uključivanje većeg broja odredaba u ugovor kojima se promiče ugovorna stabilnost, tj. omogućavanje distributerima i serviserima da međusobno snažno konkuriraju i da na potrošače prenesu koristi od poboljšane distribucije.

4.3.1. Pragovi tržišnog udjela

Članak 3.

Opći uvjeti

1. Prema stavicima 2., 3., 4., 5., 6. i 7., izuzeće se primjenjuje pod uvjetom da tržišni udio dobavljača na mjerodavnome tržištu, na kojemu on prodaje nova motorna vozila, rezervne dijelove za motorna vozila ili pruža usluge popravka i održavanja, ne premašuje 30%.

Međutim, prag tržišnoga udjela, za primjenu izuzeća, iznosi 40% za ugovore kojima se uspostavljaju sustavi kvantitativne selektivne distribucije za prodaju novih motornih vozila.

Ti se pragovi ne primjenjuju kod ugovora kojima se utvrđuju sustavi kvalitativne selektivne distribucije.

2. U slučaju vertikalnih sporazuma koji sadrže ekskluzivne obveze nabave, izuzeće se primjenjuje onda kada tržišni udio kupca na mjerodavnom tržištu, na kojemu on kupuje robu ili usluge iz ugovora, ne premašuje 30%.

(...)

Članak 1.

Definicije

1. Za potrebe ove Uredbe:

(...)

(e) «ekskluzivna obveza nabave» označava bilo koju izravnu ili neizravnu obvezu zbog koje dobavljač prodaje robu ili usluge iz ugovora samo jednom kupcu unutar Zajedničkoga tržišta u svrhu posebne uporabe ili preprodaje;

(f) «sustav selektivne distribucije» označava sustav distribucije u kojemu se dobavljač obvezuje na prodaju roba ili usluga iz ugovora, bilo izravnim ili neizravnim putem, samo distributerima ili serviserima odabranima na osnovi posebnih kriterija te tamo gdje se ovi distributeri ili serviseri obvezuju da neće prodavati takvu robu ili usluge neovlaštenim distributerima ili neovisnim serviserima, ne dovodeći u pitanje mogućnost prodaje rezervnih dijelova neovisnim serviserima ili obvezu pružanja svih tehničkih informacija, opreme za dijagnostiku, alata i obuke za popravak i održavanje motornih vozila neovisnim operaterima ili za provedbu mjera zaštite okoliša;

(g) «sustav kvantitativne selektivne distribucije» označava sustav selektivne distribucije u kojemu dobavljač rabi kriterije za odabir distributera ili servisera kojima izravno ograničava njihov broj;

(h) «sustav kvalitativne selektivne distribucije» označava sustav selektivne distribucije u kojemu dobavljač rabi kriterije za odabir distributera ili servisera koji su kvalitativni samo po prirodi, koje zahtijeva priroda roba ili usluga iz ugovora, koji su jedinstveno utvrđeni za sve distributere ili servisere koji se žele priključiti sustavu distribucije, koji se ne primjenjuju na diskriminirajući način te koji izravno ne ograničavaju broj distributera ili servisera.

(...)

Kao i u slučaju Uredbe 2790/1999, primjena Uredbe zahtijeva, u načelu, utvrđivanje mjerodavnih tržišta u proizvodnom i zemljopisnom smislu na koja se odnosi vertikalni sporazum («mjerodavno tržište»). Osim ako se koristi sustav kvalitativne selektivne distribucije⁴³, vertikalni sporazumi mogu koristiti pogodnosti skupnih izuzeća samo ako nisu premašeni određeni pragovi tržišnih udjela; općenito, relevantni prag iznosi 30%, iako on iznosi 40% za ugovore o kvantitativnoj selektivnoj distribuciji za prodaju novih motornih vozila. Primjena Uredbe na ugovore o distribuciji koji se ne odnose na kvalitativnu selektivnu distribuciju stoga podrazumijeva najprije utvrđivanje mjerodavnih tržišta na koja će se odnositi ugovori, a zatim i izračunavanje tržišnog udjela.

Kako bi izračunalo svoj tržišni udio, društvo mora uzeti u obzir i svoje povezane poduzetnike⁴⁴. Ako društvo ili njegovi povezani poduzetnici dobavljaju vozila različitih marki koja pripadaju istome tržištu proizvoda, moraju uzeti u obzir sve marke pri izračunavanju svojega tržišnog udjela. Ako njihov tržišni udio premašuje prag, Uredba ne pokriva nijedan od ugovora o distribuciji čak ni ako, uzete pojedinačno, nijedna od tih marki ne premašuje spomenute pragove. Na isti način, ako se isti ugovor koristi na raznim zemljopisnim područjima za distribuciju motornih vozila ili rezervnih dijelova ili za pružanje usluga popravljavanja i održavanja, koje pripadaju različitim mjerodavnim tržištima, a kod nekih od njih pragovi su premašeni, Uredba pokriva ugovore samo u slučaju mjerodavnih tržišta kod kojih pragovi nisu premašeni.

⁴³ Vidi definiciju u članku 1. stavku 1. točki (h).

⁴⁴ Vidi definiciju o povezanim poduzetnicima u članku 1. stavku 2. i u Odjeljku 6.2.

Smjernice o vertikalnim ograničenjima navode politiku Komisije u tim slučajevima⁴⁵. Ostala pitanja povezana s definiranjem tržišta i izračunavanjem tržišnog udjela nalaze se u Poglavlju 6.

Pitanje br. 7: Mogu li ugovori u sektoru motornih vozila biti pokriveni Obaviješću de minimis⁴⁶?

Da, dok Uredba omogućuje izuzeće od zabrane iz članka 81. stavka 1. zato što pozitivni učinci sporazuma nadmašuju negativne učinke, Obavijest *De minimis* to kvantificira pomoću nižih pragova tržišnih udjela, a to nije, prema mišljenju Komisije, bitno ograničenje tržišnog natjecanja pa zbog toga nije ni zabranjeno člankom 81. stavkom 1. Za vertikalni sporazum između poduzetnika koji međusobno ne konkuriraju, čiji tržišni udio na mjerodavnom tržištu ne prelazi 15 %, općenito se smatra da nema bitnih protutržišnih učinaka, osim ako ugovor sadrži zabranjeno ograničenje⁴⁷. Isto vrijedi i za vertikalne sporazume između konkurenata, kao i u situacijama dvostruke distribucije⁴⁸, ako njihov tržišni udio ne prelazi 10%. Ako je tržište zatvoreno zbog postojanja usporednih mreža sličnih vertikalnih sporazuma između većeg broja poduzetnika, prag *de minimis* postavljen je na 5%. Npr. kumulativni učinak može se pojaviti ako se više od 30% konkurentskih motornih vozila prodaje putem sustava selektivne distribucije, čiji kriteriji zabranjuju pristup tržištu kategorijama distributera koji i sami mogu prodavati vozila o kojima je riječ.⁴⁹ Kumulativni učinci javljaju se i ako zabrana konkuriranja nametnuta distributerima ili serviserima zatvara pristup tržištu nekim dobavljačima. Ovi pragovi *de minimis* važni su u odnosu na uvjete sadržane u člancima 3. i 5. Uredbe. Ovi se uvjeti ne primjenjuju na sporazume ispod pragova *de minimis*.

U praksi, na temelju raspoloživih informacija, pragovi tržišnog udjela *de minimis* bit će vrlo vjerojatno prekoračeni u slučajevima sporazuma koje sklapa proizvođač motornoga vozila i njegova ovlaštena servisna mreža o opskrbi rezervnim dijelovima s obzirom na dobavljanje posebnih rezervnih dijelova i pružanje usluga popravka i održavanja koji su specifični za neku robnu marku⁵⁰.

⁴⁵ Smjernice o vertikalnim ograničenjima, stavci 62., 68.-69. Općenito, za analizu pojedinačnih slučajeva, vidi stavke 100. do 229., a osobito stavke 184-198. o selektivnoj distribuciji.

⁴⁶ Obavijest Komisije o sporazumima manje važnosti koji bitno ne ograničavaju tržišno natjecanje prema odredbama članka 81. stavka 1. Ugovora o osnivanju Europske zajednice, SL C 368, 22. prosinca 2001., str. 13.

⁴⁷ Ozbiljna protutržišna ograničenja, tj. ona iz članka 4. Uredbe (zabranjena ograničenja) najčešće predstavljaju ozbiljna ograničenja tržišnoga natjecanja čak i pri niskim tržišnim udjelima; vidi točku preambule br. 12.

⁴⁸ Članak 1. stavak 1. točka (a) Uredbe definira konkurente kao «stvarne ili potencijalne dobavljače na istome tržištu proizvoda», bez obzira na mjesto dobavljanja proizvoda. Iz te definicije proizlazi da su dobavljači koji također prodaju vozila ili pružaju usluge krajnjim korisnicima smatrani konkurentima svojoj distribucijskoj ili servisnoj mreži, koja prodaje ista vozila ili pruža iste usluge.

⁴⁹ Članak 1. stavak 1. točke (f), (g) i (h). Vidi i Izvješće Komisije o evaluaciji Uredbe 1475/95, stavke 20. i 82., i Smjernice o vertikalnim ograničenjima, stavke 82. i 104. do 114.

⁵⁰ Vidi Poglavlje 6. o definiranju tržišta.

4.3.2. Opći uvjeti o posebnim odredbama koje moraju biti uključene u sporazume

Članak 3.

Opći uvjeti

(...)

3. Izuzeće se primjenjuje pod uvjetom da je u vertikalnome sporazumu, zaključenim s distributerom ili serviserom, predviđeno da je dobavljač suglasan s prijenosom prava i obveza koja proistječu iz vertikalnoga sporazuma na drugoga distributera ili servisera unutar sustava distribucije kojega je prethodni distributer ili serviser izabrao.

4. Izuzeće se primjenjuje pod uvjetom da je u vertikalnome sporazumu, zaključenim s distributerom ili serviserom, predviđeno da dobavljač koji želi raskinuti sporazum, to mora učiniti pisanim putem, navodeći detaljne, objektivne i transparentne razloge raskidanja sporazuma kako bi se dobavljača spriječilo da raskine vertikalni sporazum s distributerom ili serviserom zbog djelovanja koja ova Uredba ne smije ograničiti.

5. Izuzeće se primjenjuje pod uvjetom da vertikalni sporazum, koji je dobavljač novih motornih vozila zaključio s distributerom ili ovlaštenim serviserom, osigura

a) zaključenje ugovora na razdoblje od najmanje pet godina; u tome se slučaju svaka stranka treba obvezati da će obavijestiti drugu stranku najmanje šest mjeseci unaprijed o svojoj namjeri da ne obnovi ugovor;

b) ili da se ugovor zaključi na neodređeno razdoblje; u tome slučaju rok za obavijest o regularnom raskidu ugovora za obje stranke treba biti najmanje dvije godine; ovaj se rok skraćuje na najmanje jednu godinu u slučajevima u kojima:

i) zakon ili poseban ugovor obvezuje dobavljača na plaćanje odgovarajuće naknade za raskid ugovora, ili

ii) dobavljač raskida ugovor ako mora reorganizirati cijelu ili značajni dio mreže.

6. Izuzeće se primjenjuje pod uvjetom da vertikalni sporazum osigura svakoj stranci pravo na upućivanje sporova u vezi s ispunjenjem njihovih ugovornih obveza neovisnome stručnjaku ili sucu. Takvi se sporovi mogu odnositi, između ostaloga, na sljedeće:

a) obveze opskrbe;

b) određivanje ili ostvarivanje prodajnih ciljeva;

c) poštovanje obveza koje se odnose na zalihe;

d) provedbu obveze pružanja ili uporabe test vozila odnosno izložbenih vozila;

e) uvjete prodaje različitih marki vozila;

f) pitanje da li zabrana djelovanja izvan neovlaštenoga mjesta poslovnog nastana ograničava mogućnost distributera motornih vozila koja nisu putnička vozila ili laka gospodarska vozila da proširi svoje poslovanje; ili

g) pitanje da li razlozi navedeni u obavijesti opravdavaju raskid ugovora.

Pravom iz prve rečenice se ne dovodi u pitanje pravo svake stranke da pokrene postupak pred nacionalnim sudom.

(...)

Preostala četiri uvjeta iz članka 3. Uredbe odnose se na zaštitu relativno stabilnoga ugovornog okvira u kojemu prodavači novih vozila ili pružatelji usluga popravka mogu djelovati ozbiljno međusobno konkurirajući. Ova Uredba zahtijeva da distributer ili ovlašteni serviser imaju pravo prenijeti svoje poslovanje, sa svim pravima i obvezama koja ono podrazumijeva, na drugoga člana u mreži iste robne marke⁵¹, postojanje obveze opravdavanja raskida ugovora⁵², pravo upućivanja ugovornih sporova na arbitražu⁵³ i minimalno trajanje i) ugovora na određeno vrijeme, ii) obveznih razdoblja za najavu raskida ili odustajanja od obnove ugovora⁵⁴. Obveza obrazlaganja raskida ugovora i mogućnost prijenosa prava i obveza nisu propisane Uredbom 1475/95.

Pitanje br. 8: Može li se pojedinačno izuzeće dodijeliti u slučaju ugovora koji ne poštuje opće uvjete ugovorne zaštite koje propisuje Uredba?

Ako vertikalni sporazum u ovome sektoru potpada pod članak 81. stavak 1.⁵⁵, a Uredba se ne primjenjuje, jedini način da stranke izbjegniju ništavost ugovora na temelju odredaba članka 81. stavka 2., jest da zadovolje zahtjeve za pojedinačno izuzeće u skladu s odredbama članka 81. stavka 3. Ako se Uredba ne primjenjuje, kombinacija svih restriktivnih odredaba ugovora mora se uzeti u obzir kako bi se primijenile odredbe članka 81.

Uvođenje općih uvjeta ugovorne zaštite dio je posebnih, strožih pravila koja je Komisija osmislila u ovome sektoru, za razliku od drugih gospodarskih sektora. To se temelji na iskustvu Komisije, prema kojemu stabilni ugovorni okvir omogućuje koristi od distribucije i smanjenje troškova potrošača⁵⁶. Zbog toga bi stranka koja traži pojedinačno izuzeće trebala dokazati zašto, u njezinome specifičnome slučaju, nepostojanje odgovarajućih odredaba o ugovornoj zaštiti u njezinim vertikalnim sporazumima pogoduje ili ne pogoduje postizanju pozitivnih učinaka spomenutih u članku 81. stavku 3.

Pitanje br. 9: Moraju li svi vertikalni sporazumi koji ulaze u područje primjene Uredbe biti u skladu sa svim uvjetima koji se odnose na ugovorna pitanja, kako bi mogli uživati pogodnost skupnoga izuzeća?

Pravo na upućivanje sporova koji se odnose na ispunjavanje ugovornih obveza neovisnome stručnjaku ili arbitru, u skladu s odredbama članka 3. stavka 6., primjenjuje se na sve vertikalne sporazume koji ulaze u područje primjene Uredbe. Uvjeti koji se odnose na ugovornu zaštitu, u skladu s odredbama članka 3. stavaka 3. i 4. primjenjuju se na restriktivne ugovore čije su stranke distributeri ili serviseri. Relevantni opći uvjeti koji se odnose na minimalno trajanje ugovora i na rokove najave raskida ugovora, u skladu s odredbama članka

⁵¹ Članak 3. stavak 3.

⁵² Članak 3. stavak 4.

⁵³ Članak 3. stavak 6.

⁵⁴ Članak 3. stavak 5.

⁵⁵ Vidi odgovor na pitanje br. 7.

⁵⁶ Točke preambule 1. i 4.

3. stavka 5., primjenjuju se samo na ugovore između dobavljača novih motornih vozila i njihovih distributera ili ovlaštenih serviserera.

Pitanje br. 10: Može li dobavljač ograničiti prijenos prava i obveza na drugoga člana svoje mreže ako taj drugi član ne obavlja istu vrstu djelatnosti kao član koji prodaje svoje poslovanje?

Da. Uredba jača tržišno natjecanje i povezivanje tržišta olakšavajući akvizicije kupcima koji su članovi distribucijske ili servisne mreže⁵⁷. Takvi potencijalni kupci ispunjavaju kriterije koje je dobavljač uspostavio drugdje, pa se stoga pretpostavlja da ispunjavaju i kriterije za poslovanje koje ispunjava i član mreže koji prodaje svoje poduzeće. Npr. razlike u kriterijima koji se odnose na selekciju ili na prodaju između članova mreže koji obavljaju istu djelatnost, čak i u drugoj državi članici, ne mogu se koristiti za sprječavanje prijenosa prava i obveza.

Naprotiv, takva pretpostavka ne može postojati ako se djelatnosti kupca i prodavača, poput prodaje i popravka novih motornih vozila, u potpunosti razlikuju. Ovom se Uredbom s dobavljače ne brani sprječavanje prijenosa u takvim slučajevima.

4.4. Zabranjena ograničenja (članak 4.)

Članak 4.

Zabranjena ograničenja

(Zabranjena ograničenja u pogledu prodaje novih motornih vozila, usluga popravka i održavanja ili rezervnih dijelova)

1. Izuzeće se ne primjenjuje na vertikalne sporazume koji izravno ili neizravno, odvojeno ili u kombinaciji s drugim čimbenicima pod kontrolom stranaka, imaju za cilj:

(a) ograničenje distributerove ili serviserove mogućnosti određivanja svoje prodajne cijene, ne dovodeći u pitanje mogućnost dobavljača da nametne maksimalnu prodajnu cijenu ili da preporuči prodajnu cijenu, pod uvjetom da ta cijena nema za posljedicu fiksnu ili najnižu prodajnu cijenu kao rezultat pritiska ili poticaja koje ponudi bilo koja stranka;

(b) ograničenje područja na kojemu, ili potrošača kojima distributer ili serviser mogu prodati robu ili usluge iz ugovora; unatoč tome, izuzeće se primjenjuje na:

(i) ograničenje aktivne prodaje na ekskluzivno područje ili na ekskluzivnu skupinu potrošača koji su rezervirani za dobavljača ili koje je dobavljač izdvojio za drugog distributera ili serviserera, tamo gdje takvo ograničenje ne ograničava prodaju od strane distributerovih ili serviserovih potrošača;

(ii) ograničenje prodaje krajnjim korisnicima od strane distributera koji djeluje na razini veleprodaje;

(iii) ograničenje prodaje novih motornih vozila i rezervnih dijelova neovlaštenim

⁵⁷ Članak 3. stavak 3. Vidi točku preambule br. 10 o prijenosima na «poduzetnike iste vrste... u sustavu distribucije».

distributerima od strane pripadnika selektivnog sustava distribucije na tržištima na kojima se primjenjuje selektivna distribucija, podložno odredbama točke (i);

(iv) ograničenje mogućnosti kupca da prodaje komponente nabavljene za potrebe osnivanja poduzeća, potrošačima koji bi ih rabili za proizvodnju roba iste vrste poput onih koje proizvodi dobavljač;

(c) ograničenje unakrsne nabave između distributera ili serviseru unutar sustava selektivne distribucije, uključujući i ograničenje unakrsne nabave između distributera ili serviseru koji djeluju na različitim razinama trgovine;

(d) ograničenje aktivne ili pasivne prodaje novih putničkih vozila ili lakih gospodarskih vozila, rezervnih dijelova za bilo koje motorno vozilo ili usluga popravka i održavanja bilo kakvog motornog vozila krajnjim korisnicima od strane pripadnika sustava selektivne distribucije koji djeluju na razini maloprodaje na tržištima na kojima se rabi selektivna distribucija. Izuzeće se odnosi na ugovore kojima se pripadniku sustava selektivne distribucije zabranjuje djelovanje iz neovlaštenog poslovnog nastana. Unatoč tome, primjena izuzeća na takvu zabranu podliježe odredbama članka 5. stavka 2. točke (b);

(e) ograničenje aktivne ili pasivne prodaje novih motornih vozila koja nisu putnička vozila ili laka gospodarska vozila krajnjim korisnicima od strane pripadnika sustava selektivne distribucije koji djeluju na razini maloprodaje na tržištima na kojima se rabi selektivna distribucija, ne dovodeći u pitanje mogućnost dobavljača da zabrani pripadniku toga sustava djelovanje iz neovlaštenoga poslovnog nastana;

(Zabranjena ograničenja koja se odnose samo na prodaju novih motornih vozila)

(f) ograničenje mogućnosti distributera da prodaje bilo koje novo motorno vozilo koje odgovara nekom modelu unutar njegova ugovornog opsega;

(g) ograničenje mogućnosti distributera da sklopi podugovor za pružanje usluga popravka i održavanja s ovlaštenim serviserima, ne dovodeći u pitanje mogućnost dobavljača da zahtijeva od distributera da krajnjim korisnicima daju naziv i adresu ovlaštenog serviseru ili serviseru o kojemu je riječ prije zaključenja ugovora o prodaji te ako se neki od ovih ovlaštenih serviseru ne nalazi u blizini prodajnog mjesta, dobavljač može također zahtijevati od distributera da obavijesti krajnje korisnike koliko su radionica ili radionice za popravak o kojima je riječ daleko od prodajnog mjesta; međutim, takve obveze mogu se nametnuti samo pod uvjetom da se slične obveze također nametnu distributerima čija se radionica za popravak ne nalazi u istim prostorijama u kojima se nalazi njihovo prodajno mjesto;

(Zabranjena ograničenja koja se odnose samo na prodaju usluga popravka i održavanja te rezervnih dijelova)

(h) ograničenje mogućnosti ovlaštenoga serviseru da ograniči svoju djelatnost na pružanje usluga popravka i održavanja te distribuciju rezervnih dijelova;

(i) ograničenje prodaje rezervnih dijelova za motorna vozila od strane pripadnika sustava selektivne distribucije neovisnim serviserima koji te dijelove rabe za popravak i održavanje motornoga vozila;

(j) ograničenje dogovoreno između dobavljača originalnih rezervnih dijelova ili rezervnih dijelova usporedive kakvoće, alata za popravke ili dijagnostičke te ostale opreme i proizvođača motornih vozila, koje ograničava mogućnost dobavljača da prodaje tu robu ili usluge ovlaštenim ili neovisnim distributerima, odnosno ovlaštenim ili neovisnim serviserima ili krajnjim korisnicima;

(k) ograničenje mogućnosti distributera ili ovlaštenoga servisera da nabavlja originalne rezervne dijelove ili rezervne dijelove usporedive kakvoće od trećeg poduzetnika po svome izboru, te da ih rabi za popravak ili održavanje motornih vozila, ne dovodeći u pitanje mogućnost dobavljača novih motornih vozila da zahtijeva uporabu originalnih rezervnih dijelova koje je on nabavio za popravke koji se obavljaju pod garancijom, za besplatno servisiranje i poslove povrata vozila;

(l) ograničenje dogovoreno između proizvođača motornih vozila koji rabi komponente za početno sastavljanje motornih vozila i dobavljača takvih komponenti, koje ograničava mogućnost potonjega da plasira svoj robni žig ili logotip, na učinkovit te vidljiv način, na nabavljene komponente ili rezervne dijelove.

2. Izuzeće se ne primjenjuje ako dobavljač motornih vozila neovisnim operaterima uskrati pristup bilo kakvim tehničkim podacima, dijagnostičkoj i ostaloj opremi, alatima, uključujući bilo kakve relevantne računalne programe ili obuku potrebnu za popravak i održavanje tih motornih vozila ili za provedbu mjera zaštite okoliša.

Takav pristup mora posebice obuhvatiti neograničenu uporabu elektroničke kontrole i dijagnostičkih sustava motornoga vozila, programiranje tih sustava u skladu sa standardnim postupcima dobavljača, uputstva o popravcima i obuci te informacije potrebne za uporabu dijagnostičkih i servisnih alata i opreme.

Neovisnim operaterima mora se omogućiti pristup na nediskriminirajući, brz i razmjernan način, a informacije se moraju pružiti u uporabljivom obliku. Ako je relevantni predmet obuhvaćen pravom intelektualnoga vlasništva ili predstavlja know-how, pristup se neće uskratiti ni na jedan zlouporaban način.

Za potrebe ovoga stavka “neovisni operater” označava poduzetnike koji su izravno ili neizravno uključeni u popravak i održavanje motornih vozila, posebice neovisne servisere, proizvođače opreme ili alata za popravke, neovisne distributere rezervnih dijelova, izdavače tehničkih informacija, automobilske klubove, operatere za pomoć na cesti, operatere koji pružaju usluge inspekcije i testiranja te operatere koji osiguravaju obuku servisera.

Članak 4. Uredbe sadrži popis s 13 strogih protutržišnih ograničenja (zabranjena ograničenja). Postojanje jednoga ili više tih ograničenja u ugovoru automatski bi vodilo gubitku mogućnosti skupnoga izuzeća za cijeli ugovor, a ne samo u odnosu na vertikalno ograničenje o kojemu je riječ. Komisija smatra da nije vjerojatno pojedinačno izuzimanje vertikalnih ugovora koji sadrže zabranjena ograničenja kod provedbe njezinih pravila na području tržišnoga natjecanja⁵⁸.

⁵⁸ Smjernice o vertikalnim ograničenjima, stavak 46.

Pitanje br. 11: Može li se isto zabranjeno ograničenje uvesti na različite načine?

Kako bi se izbjeglo zaobilaženje pravila, kao zabranjena ograničenja u Uredbi se definiraju odredbe koje, izravno ili neizravno, pojedinačno ili u kombinaciji s drugim čimbenicima pod nadzorom stranaka, imaju za cilj ograničavanje određene mogućnosti⁵⁹ ili određene vrste prodaje⁶⁰. Ova široka definicija pokazuje da se svako zabranjeno ograničenje može uvesti na jedan ili više neizravnih načina i da u praksi to može izazvati protutržišni rezultat sličan onome koji proizlazi iz formalnoga uključivanja ograničenja o kojemu je riječ u tekst ugovora. Zabranjena ograničenja mogu, naravno, imati oblik jednostavnih zabrana, ali može biti riječ i o ograničenjima, financijskim protumjerama, pritiscima ili zaprekama za obavljanje određenih djelatnosti ili operacija. U točkama preambule br 12. do 26. nalaze se neki od mnogih mogućih primjera ugovora ili prakse koji neizravno mogu biti zabranjena ograničenja u smislu odredaba ove Uredbe⁶¹.

Na primjer, neke odredbe ili prakse popisani u točkama preambule 15. i 17. mogu biti zabranjena ograničenja zato što distributeru neizravno ograničavaju aktivnu ili pasivnu prodaju.

(...)

BUDUĆI DA:

(...)

16) Ograničenja koja dobavljači postavljaju na prodaju svojih distributera bilo kojem krajnjem korisniku u drugim državama članicama, na primjer tamo gdje se naknada za rad distributera ili prodajna cijena određuju ovisno o odredištu vozila ili mjestu prebivališta krajnjih korisnika, imaju za posljedicu neizravno ograničenje prodaje. Drugi primjeri neizravnih ograničenja prodaje uključuju nabavne kvote zasnovane na područjima prodaje koja ne uključuju Zajedničko tržište, bez obzira jesu li one u kombinaciji s prodajnim ciljevima ili ne. Sustavi nagrađivanja zasnovani na odredištu vozila ili na bilo kojem obliku diskriminirajuće dostave proizvoda distributerima, bez obzira je li riječ o pomanjkanju proizvoda ili nečemu drugome, također imaju za posljedicu neizravno ograničenje prodaje.

(...)

(17) Vertikalni sporazumi koji ne obvezuju ovlaštene servisere unutar sustava distribucije nekog dobavljača na poštivanje garancija, obavljanje besplatnog servisiranja te poslova povrata u pogledu bilo kojeg motornog vozila relevantne marke koje se prodaje na Zajedničkom tržištu, imaju za posljedicu neizravno ograničenje prodaje te ne bi trebali uživati povlasticu izuzeća. (...)

Nadalje, kako bi se distributerima motornih vozila omogućila prodaja krajnjim korisnicima diljem Zajedničkog tržišta, izuzeće se treba primijeniti samo na ugovore o distribuciji kojima se od servisera unutar dobavljačeve mreže zahtijeva pružanje usluga popravka i održavanja za robu iz ugovora i odgovarajuću robu neovisno o tomu gdje se ta roba prodaje na

⁵⁹ Članak 4. stavak 1. točke a), f), g), h), j), k) i l).

⁶⁰ Članak 4. stavak 1. točke b), c), d), e) te i).

⁶¹ Vidi i primjere u odgovoru na pitanje br.6.

Zajedničkome tržištu.

(...)

Pitanje br. 12: Što je aktivna, a što pasivna prodaja?

«Aktivna prodaja» znači aktivni pristup pojedinačnim potrošačima, npr. putem pošte ili posjeta, oglašavanjem u medijima ili drugim načinima promocije koji inače nisu raspoloživi ili se ne rabe u dogovorenome mjestu poslovnoga nastana distributera ili serviser⁶²; ili uspostavom skladišta, prodajnoga mjesta ili mjesta za isporuku na nekom drugom mjestu poslovnoga nastana u cilju olakšavanja rada s klijentima ili njihovim posrednicima.

«Pasivna prodaja» znači reagiranje na samostalne zahtjeve potrošača ili njihovih ovlaštenih posrednika, uključujući isporuku motornih vozila ili rezervnih dijelova tim potrošačima ili posrednicima. Općenito oglašavanje ili promocije u medijima koji su i inače raspoloživi ili se rabe na dogovorenome mjestu poslovnoga nastana distributera ili serviser⁶² ili na Internetu smatraju se metodama pasivne prodaje.

4.5. Posebni uvjeti (članak 5.)

Članak 5.

Posebni uvjeti

1. U pogledu prodaje novih motornih vozila, usluga popravka i održavanja ili rezervnih dijelova, izuzeće se ne primjenjuje na sljedeće obveze sadržane u vertikalnim sporazumima:

(a) sve izravne ili neizravne zabrane konkuriranja;

(b) sve izravne ili neizravne obveze kojima se ograničava mogućnost ovlaštenoga serviser⁶² da pruža usluge popravka i održavanja vozila konkurentskih dobavljača;

(c) sve izravne ili neizravne obveze koje potiču pripadnike sustava distribucije da ne prodaju motorna vozila ili rezervne dijelove pojedinih konkurentskih dobavljača, ili da ne pružaju usluge popravka i održavanja motornih vozila pojedinih konkurentskih dobavljača;

(d) sve izravne ili neizravne obveze koje potiču distributera ili ovlaštenoga serviser⁶² da nakon raskida ugovora ne proizvodi, ne kupuje, ne prodaje ili ne preprodaje motorna vozila ili ne pruža usluge popravka ili održavanja.

2. U pogledu prodaje novih motornih vozila, izuzeće se ne primjenjuje na sljedeće obveze sadržane u vertikalnim sporazumima:

(a) sve izravne ili neizravne obveze koje potiču trgovca u maloprodaji da ne prodaje usluge leasinga u vezi s robom iz ugovora ili odgovarajućom robom;

⁶² U sustavu distribucije koji se temelji na ekskluzivnosti područja mjesto poslovnoga nastana smatra se njegovim ekskluzivnim područjem.

(b) sve izravne ili neizravne obveze za svakog distributera putničkih vozila ili lakih gospodarskih vozila unutar sustava selektivne distribucije, koje ograničavanju njegovu mogućnost osnivanja dodatnih podružnica za prodaju ili isporuku na drugim lokacijama na kojima se primjenjuje selektivna distribucija unutar Zajedničkog tržišta..

3. U pogledu usluga popravka i održavanja ili prodaje rezervnih dijelova, izuzeće se ne primjenjuje na sve izravne ili neizravne obveze koje se odnose na poslovni nastan ovlaštenoga servisera tamo gdje se primjenjuje selektivna distribucija.

Članak 5. sadrži popis sa sedam posebnih obveza na koje se ne može primijeniti izuzeće u skladu s odredbama Uredbe. Ako te obveze mogu biti odvojene od ostatka ugovora, preostali dio ugovora može dobiti skupno izuzeće. Posebni uvjeti isključuju izravna i neizravna sredstva za postizanje protutržišnih rezultata pomoću tih obveza.

4.5.1. Trgovina različitim robnim markama (multi-branding)

Uredba nastoji osigurati pristup tržištima i omogućiti osobito distributerima i serviserima priliku da prodaju i popravljaju vozila različitih dobavljača, tj. «multi-branding». Članak 5. isključuje iz skupnih izuzeća obveze koje su suprotne tome cilju. Kad je riječ o prodaji vozila, uslugama popravka i održavanja ili o rezervnim dijelovima, Uredba ne pokriva nijednu izravnu ili neizravnu zabranu konkuriranja. U mnogim slučajevima, pružanje usluga popravka i održavanja za motorna vozila jedne marke ne predstavlja konkurenciju pružanju takvih usluga za drugu marku vozila. Kako bi se ovlaštenim serviserima dopustilo da popravljaju vozila različitih marki, posebni uvjet kojim se isključuju zabrane konkuriranja upotpunjen je drugim uvjetom kojim se iz skupnih izuzeća isključuje bilo kakva obveza kojom se ograničava mogućnost ovlaštenih servisera da pružaju takve usluge za vozila konkurentskih dobavljača⁶³.

Članak 1.

Definicije

1. Za potrebe ove Uredbe:

(...)

b) «zabrana konkuriranja» označava bilo koju izravnu ili neizravnu obvezu koja sprječava kupca da proizvodi, kupuje, prodaje ili preprodaje robe ili usluge koje konkuriraju robama i uslugama iz ugovora, odnosno bilo koju izravnu ili neizravnu obvezu kupca da od dobavljača ili nekog drugog poduzetnika kojega odredi dobavljač kupuje više od 30% od kupčeve ukupne kupovine roba iz ugovora, odgovarajućih roba ili usluga te njihovih zamjena na relevantnome tržištu, izračunato na osnovi vrijednosti kupčevih kupovina u prethodnoj kalendarskoj godini. Obveza prema kojoj distributer prodaje motorna vozila drugih dobavljača u odvojenim prostorijama izložbenoga salona s ciljem izbjegavanja zbrke između marki vozila ne smatra se

⁶³ Članak 5. stavak 1. točke (a) i (b).

zabranom konkuriranja u smislu ove Uredbe. Obveza prema kojoj distributer mora imati posebne prodavače za različite robne marke motornih vozila predstavlja zabranu konkuriranja u smislu ove Uredbe, osim u slučaju da distributer odluči imati posebne prodavače za određenu robnu marku, a dobavljač plaća sve dodatne troškove koji se pri tome pojavljuju.(...)

Zabrane konkuriranja su prije svega one koje koristi ili poticaje izričito čine ovisnima o članu mreže koji prodaje samo dobavljačevu robu ili koji ne prodaje robu koja konkurira robi iz ugovora.

Uredba isključuje izravne i neizravne obveze koje prisiljavaju distributere i servisere da kupuju više od 30 % vozila ili rezervnih dijelova na istome mjerodavnome tržištu od jednoga dobavljača. Unatoč tome, to ne znači da se od distributera ili serviseru može zahtijevati da kupuje određenu količinu (do 30 %) izravno od dobavljača. Oni mogu istu robu kupovati i od drugih izvora koje odredi dobavljač, poput bilo kojega drugoga poduzetnika unutar sustava distribucije. Opće obveze ili zahtjevi koji, objektivno govoreći, ne sprječavaju članove dobavljačeve mreže da 70% svojih potreba za robom ili uslugama koji mogu biti zamijenjeni nabavljaju kod drugih dobavljača koji proizvode konkurentsku robu, pokrivene su skupnim izuzećem⁶⁴. Ako pristup tržištu nije zatvoren konkurentskim dobavljačima, takve obveze ne mogu izazvati probleme na području tržišnoga natjecanja. Npr. sniženja vjernim kupcima koja se temelje na određenome postotku kupovina (više od 30%) bila bi neizravna zabrana konkuriranja, ali to ne bi bila i ljestvica sniženja cijena koja se temelji na apsolutnoj količini prodanog i povezana s ekonomijom opsega. Sporovi o tome da li izravne ili neizravne zabrane konkuriranja sprječavaju prodaju različitih marki u specifičnim slučajevima mogu se rješavati uz pomoć neovisne treće strane ili arbitra⁶⁵.

Pitanje br. 13: Sprječava li gornja granica od 30% godišnjih kupovina kupce od kupovanja robe kod samo jednoga dobavljača?

Ne. Zabrana konkuriranja odnosi se na slobodu distributera ili serviseru da kupuje i preprodaje proizvode koji međusobno konkuriraju. Uredba samo propisuje da se skupno izuzeće ne primjenjuje na izravne ili neizravne obveze koje navode ili prisiljavaju distributera da više od 30% posto svojih potreba za određenom vrstom proizvoda ostvaruje kod jednoga dobavljača. Granica od 30% za izravne ili neizravne zabrane konkuriranja trebala bi stoga omogućiti onim članovima mreže koji to žele da kupuju i prodaju robu od najmanje tri različita, međusobno konkurentska dobavljača. Time se ne sprječava primjena izuzeća ako distributer ili serviser samostalno odluči prodavati robu samo jednoga dobavljača.

Pitanje br. 14: Može li dobavljač nametnuti posebne uvjete za prodaju svojih motornih vozila distributeru različitih robnih marki?

Skupno izuzeće više ne pokriva obveze koje se odnose na prodaju međusobno konkurentskih motornih vozila koje su bile dopuštene u skladu s odredbama Uredbe 1475/95, poput onih o odvojenim prodajnim i upravnim prostorima za svaku marku ili o prodaji svake marke pomoću posebne pravne osobe⁶⁶. No, Uredba pokriva zahtjeve da se prodaja vozila različitih marki mora odvijati u odvojenim prostorima jedne izložbene dvorane. Ona pokriva i situacije

⁶⁴ Članak 4. stavak 1. točke (b) i (c).

⁶⁵ Članak 3. stavak 6. točka (e).

⁶⁶ Članak 3. stavak 3. Uredbe 1475/95.

u kojima distributer odlučuje da će imati posebno osoblje za svaku marku pri čemu dobavljač plaća sve dodatne troškove koje to podrazumijeva⁶⁷. Uredba, unatoč tome, ne pokriva davanje bilo kakve dodatne pogodnosti osim stvarnih troškova koje izaziva zapošljavanje toga osoblja. Uredba pokriva i obvezu izlaganja svih modela motornih vozila u izložbenoj dvorani pod uvjetom da takva obveza ne sprječava izlaganje ili prodaju motornih vozila drugih dobavljača te da izlaganje ili prodaju takvih vozila previše ne otežava⁶⁸.

Pitanje br. 15. Pokriva li Uredba zabrane konkuriranja na koje je kupac pristao u zamjenu za zajmove kod dobavljača ili za izravna ulaganja dobavljača u poslovne prostore ili opremu kupca?

Za razliku od Uredbe 2790/1999⁶⁹, Uredba ne pokriva zabrane konkuriranja s određenim trajanjem niti uvodi izuzetke s obzirom na robu koja se prodaje ili usluge koje se pružaju u prostorima i na zemljištu koje dobavljač posjeduje ili unajmljuje. Nisu pokrivena ni djelomična ulaganja u takve prostore ili opremu, ili njihovo financiranje, koje dobavljač koristi kako bi spriječio prodaju njemu konkurentskih marki ili proizvoda.

Unatoč tome, komercijalni zajmovi za kupovanje npr. maziva, koji se mogu u svakome trenutku vratiti i koji izravno ili neizravno ne sprječavaju kupca da prodaje konkurentsku robu, ne smatraju se zabranom konkuriranja.

4.5.2. Lokacija ovlaštenih distributera ili servisera u selektivnom sustavu distribucije

Uredba ne pokriva nikakva ograničenja slobode ovlaštenoga servisera da svoje radionice smjesti na nekome području u Zajedničkom tržištu, na kojemu se primjenjuje selektivna distribucija, bez obzira da li je riječ o kvantitativnoj ili kvalitativnoj selektivnoj distribuciji⁷⁰. Nadalje, od 1. listopada 2005. Uredba više neće pokrivati nikakva ograničenja bilo kojemu distributeru putničkih vozila ili lakih gospodarskih vozila da slobodno otvori dodatne podružnice za prodaju ili isporuku vozila na području Zajedničkoga tržišta na kojemu se primjenjuje kvantitativna ili kvalitativna selektivna distribucija. Zbog toga uporaba odredaba o lokaciji u ugovorima o distribuciji takvih vozila nije u skladu s odredbama Uredbe.

Članak 1.

Definicije

1. Za potrebe ove Uredbe:

(...)

(o) «putničko vozilo» označava motorno vozilo namijenjeno prijevozu putnika koje uz vozačevo sjedalo ima najviše osam sjedala;

(p) «lako gospodarsko vozilo» označava motorno vozilo namijenjeno prijevozu roba ili putnika, čija ukupna masa ne premašuje 3,5 tone; ukoliko se pojedino lako gospodarsko vozilo također prodaje u verziji čija ukupna masa premašuje 3,5 tone, sve verzije toga vozila

⁶⁷ Članak 1. stavak 1. točka (b).

⁶⁸ Točka preambule 27.

⁶⁹ Članak 5. točka (a) i članak 1. stavak 1. točka (b).

⁷⁰ Članak 5. stavak 3. Vidi i definicije selektivne distribucije u članku 1. stavku 1. točkama (f), (g) i (h).

smatraju se lakim gospodarskim vozilima. (...)

Pitanje br. 16: Za distribuciju koje vrste vozila Uredba i dalje dopušta odredbe o lokaciji?

Sloboda otvaranja dodatnih prodajnih mjesta odnosi se na prodaju putem selektivne distribucijske mreže putničkih vozila i lakih gospodarskih vozila ukupne mase do 3,5 tona. Ako distributeri gospodarskih vozila u sustavima selektivne distribucije prodaju modele lakoga gospodarskoga vozila koji postoje u verzijama do ukupne mase od 3,5 tona i iznad 3,5 tona, odredbe o lokaciji za te modele nisu pokrivena odredbama ove Uredbe. Unatoč tome, dopuštene su odredbe o lokaciji kojima se ograničava uspostava dodatnih prodajnih mjesta za druga motorna vozila poput kamiona i autobusa⁷¹.

Pitanje br. 17: Mogu li obveze suprotne posebnim uvjetima iz Uredbe zadovoljiti uvjete za pojedinačno izuzeće?

Posebni uvjeti iz Uredbe brojniji su i stroži od odgovarajućih odredbi u Uredbi 2790/1999 ili od onih u prethodnim uredbama o skupnim izuzećima u sektoru motornih vozila – Uredbama 1475/95 i 123/85⁷². Kako bi se osiguralo ispunjavanje zahtjeva iz članka 81. stavka 3., posebni uvjeti iz članka 5. isključuju nekoliko obveza koje jesu ili su bile isključene u skladu s prethodnim uredbama. Podvrgavanjem vertikalnih sporazuma u sektoru motornih vozila zahtjevnijem pravnom okviru, Uredba pokazuje da obveze protivne odredbama članka 5. mogu izazvati ozbiljne probleme u vezi s tržišnim natjecanjem, koje se mogu procjenjivati samo u pojedinačnim slučajevima. Poduzetnike se potiče na vlastite procjene, a upute za takvu procjenu nalaze se u Komisijinim Smjernicama o vertikalnim ograničenjima, u kojima je izložena politika Komisije za procjenu pojedinačnih slučajeva⁷³.

4.6. Ukidanje pogodnosti skupnog izuzeća (članak 6.)

Članak 6.

Ukidanje pogodnosti Uredbe

1. Komisija može oduzeti pogodnosti ove Uredbe, sukladno članku 7. stavku 1. Uredbe br. 19/65/EEZ, ako u pojedinom slučaju ustanovi da vertikalni sporazumi na koje se ova Uredba odnosi, usprkos tome imaju učinke koji nisu sukladni uvjetima utvrđenima člankom 81. stavkom 3. Ugovora, a posebice:

(a) u slučajevima u kojima je pristup mjerodavnome tržištu ili tržišnome natjecanju na njemu ograničen u značajnoj mjeri kumulativnim učinkom usporednih mreža sličnih vertikalnih ograničenja koja provode konkurentski dobavljači ili kupci, ili

(b) u slučajevima u kojima je tržišno natjecanje ograničeno na tržištu na kojemu jedan dobavljač nije izložen učinkovitoj konkurenciji drugih dobavljača, ili

(c) u slučajevima u kojima se cijene ili uvjeti nabave robe iz ugovora ili odgovarajuće robe

⁷¹ Članak 4. stavak 1. točka (d) i članak 5. stavak 2. točka (b) za putnička vozila i laka gospodarska vozila te članak 4. stavak 1. točka (e) za druga motorna vozila.

⁷² Vidi točke preambule 1. do 4.

⁷³ Smjernice o vertikalnim ograničenjima, Odjeljak VI. Politika provedbe u pojedinačnim slučajevima

bitno razlikuju između zemljopisnih tržišta, ili

(d) u slučajevima u kojima se unutar zemljopisnog tržišta primjenjuju diskriminirajuće cijene ili uvjeti prodaje.

2. Ako u pojedinom slučaju vertikalni sporazumi na koje se izuzeće odnosi imaju učinke koji su nespojivi s uvjetima iz članka 81. stavka 3. Ugovora na području države članice, ili njegovu dijelu koji ima sva obilježja odijeljenoga zemljopisnoga tržišta, tada mjerodavno tijelo te države članice može oduzeti prednosti primjene ove Uredbe na to područje, pod istim uvjetima poput onih iz stavka 1.

Komisija, a u nekim slučajevima i tijelo nadležno za tržišno natjecanje u nekoj državi članici, mogu oduzeti prednosti izuzeća s obzirom na pojedinačne ugovore, ako utvrdi da, zbog posebnih okolnosti, nisu ispunjeni uvjeti za izuzeće iz članka 81. stavka 3.

Pitanje br. 18: U kojim okolnostima Komisija ukida pogodnosti Uredbe?

Članak 6. donosi neiscrpni popis okolnosti u kojima Komisija može donijeti odluku o korištenju svoje ovlasti povlačenja prednosti skupnoga izuzeća za određene vertikalne sporazume. Na tom se popisu dobavljačima i distributerima ukazuje koje bi okolnosti ili ponašanje Komisiju mogli navesti da povuče skupno izuzeće. Unatoč tome, točno određene razine kod kojih, na primjer, ograničeni pristup ili učinkovito tržišno natjecanje na mjerodavnome tržištu mogu dovesti do zaključka da jedan ili više od četiri kumulativna uvjeta iz članka 81. stavka 3. nisu zadovoljeni, mogu se utvrđivati samo u pojedinačnim slučajevima. Komisijine Smjernice o vertikalnim ograničenjima donose obavijesti o postupku i uvjetima povlačenja od strane Komisije i od strane država članica⁷⁴.

4.7. Odustajanje od primjene na mjerodavnome tržištu (članak 7.)

Članak 7.

Neprimjenjivost Uredbe

1. Prema članku 1.a Uredbe br. 19/65/EEZ, Komisija može uredbom proglasiti da se, u slučajevima u kojima usporedne mreže sličnih vertikalnih ograničenja obuhvaćaju više od 50% mjerodavnoga tržišta, ova Uredba ne primjenjuje na vertikalne sporazume koji sadrže posebna ograničenja glede toga tržišta.

2. Uredba iz stavka 1. postaje primjenjiva najranije godinu dana nakon donošenja.

Pitanje br. 19: U kojim se okolnostima Uredba ne primjenjuje na mjerodavnome tržištu?

⁷⁴ Smjernice o vertikalnim ograničenjima, Odjeljak IV., stavci 71. do 79.

Ako postoji kumulativni učinak, Uredba Komisiji omogućuje, ali je ne obvezuje, da ne primijeni skupno izuzeće za posebna vertikalna ograničenja. Činjenica da usporedne mreže sličnih vertikalnih ograničenja obuhvaćaju više od 50% mjerodavnoga tržišta ne mora sama po sebi izazvati odustajanje od primjene Uredbe. Jednako tako, ne mora se nužno dogoditi da se Uredba ne primjenjuje na vertikalne sporazume u cijelosti, nego se može dogoditi da se ne primjenjuje samo na posebna ograničenja ili na posebne odredbe u sporazumima.

Npr. ako više od 50% dobavljača na mjerodavnome tržištu odluči utvrditi ukupni broj distributera služeći se sustavima kvantitativne selektivne distribucije, a jasno je da je cilj spriječiti pristup tržištu za cijele kategorije distributera koji su sposobni na odgovarajući način prodavati vozila o kojima je riječ, to bi moglo izazvati smanjivanje konkurencije unutar jedne robne marke i između više robnih marki te dovesti do povišenja cijene koju plaćaju potrošači. Odustajanje od primjene Uredbe s obzirom na ograničenja kojima se ograničava broj distributera u interesu je potrošača. Ako se odustaje od skupnog izuzeća samo zbog ovoga kvantitativnoga kriterija, to bi značilo da se izuzeće i dalje primjenjuje na selektivnu distribuciju i na kriterij kvantitativne selekcije poput obveze ostvarivanja minimalnih prodajnih ciljeva, čime se ograničava broj distributera manje izravnim načinima.

Kao i u skladu s odredbama Uredbe 2790/1999, odustajanje od primjene zahtijeva donošenje posebne uredbe o odustajanju od skupnog izuzeća za vertikalna ograničenja o kojima je riječ. Komisijine Smjernice o vertikalnim ograničenjima donose upute o postupku i okolnostima odustajanja od primjene⁷⁵. Unatoč tome, takva posebna uredba o odustajanju od primjene Uredbe može se početi primjenjivati najranije godinu dana od njezina donošenja⁷⁶.

4.8. Stupanje na snagu i prijelazno razdoblje (članci 12. i 10.)

Članak 12.

Stupanje na snagu i prestanak važenja

1. Ova Uredba stupa na snagu 1. listopada 2002.
2. Članak 5. stavak 2. točka (b) primjenjuje se od 1. listopada 2005.
3. Ova Uredba prestaje važiti 31. svibnja 2010.

Članak 10.

Prijelazno razdoblje

Zabrana utvrđena člankom 81. stavkom 1. ne primjenjuje se od 1. listopada 2002. do 30. rujna 2003. na sporazume koji su 30. rujna 2002. već bili na snazi i koji ne zadovoljavaju uvjete za izuzeće utvrđene ovom Uredbom, ali koji zadovoljavaju uvjete za izuzeće utvrđene Uredbom (EZ) broj 1475/95.

⁷⁵ Smjernice o vertikalnim ograničenjima, Odjeljak IV., stavci 80. do 89.

⁷⁶ Umjesto šest mjeseci, kako stoji u Uredbi 2790/1999.

Uredba se primjenjuje od 1. listopada 2002. do 31. svibnja 2010. Novi sporazumi koji stupaju na snagu 1. listopada 2002. morat će biti u skladu s novom Uredbom kako bi mogli koristiti skupna izuzeća. Unatoč tome, kako bi se svim operaterima omogućilo vrijeme potrebno za prilagodbu postojećih vertikalnih sporazuma koji su u skladu s Uredbom 1475/95, a koji su i dalje na snazi nakon isteka izuzeća iz Uredbe 1475/95, koje prestaje važiti 30. rujna 2002., na takve se sporazume primjenjuje prijelazno razdoblje do 30. rujna 2003., tijekom kojega oni ne podliježu zabrani u skladu s člankom 81. stavkom 1. Uredbe⁷⁷. Ako takvi sporazumi i dalje budu postojali 1. listopada 2003. i ako budu u sukobu s Uredbom, sukladno odredbama članka 10. oni više neće biti izuzeti od zabrane iz članka 81. stavka 1. U praksi, ovi sporazumi i sve njihove relevantne odredbe moraju biti u skladu sa zahtjevima Uredbe na dan 1. listopada 2003. kako bi mogli koristiti prednosti skupnih izuzeća.

Pitanje br. 20: Kako se raskidaju ugovori koji su u skladu s Uredbom 1475/95 tijekom prijelaznoga razdoblja?

Uredba 1475/95 primjenjivala se samo pod uvjetom, između ostalih uvjeta, da se obavijest o raskidanju ugovora distributerima daje najmanje dvije godine prije raskida ugovora ili, u slučaju naknada ili reorganiziranja ukupne mreže ili bitnoga dijela mreže, najmanje godinu dana prije raskida ugovora. U slučaju neslaganja, sporovi se upućuju na rješavanje trećoj strani (stručnjaku), arbitru ili nadležnom sudu koji odluku donosi u skladu s nacionalnim pravom⁷⁸. Stupanje van snage Uredbe 1475/95, dana 30. rujna 2002., i njezina zamjena novom Uredbom samom po sebi ne znači da mora doći do reorganizacije mreže. Nakon stupanja na snagu nove Uredbe, proizvođač vozila ipak može odlučiti da bitno reorganizira svoju mrežu⁷⁹. Kako bile u skladu s Uredbom 1475/95, i kako bi se mogla iskoristiti prijelazna razdoblja, obavijesti o redovnom raskidu ugovora moraju biti poslana dvije godine unaprijed, osim ako se donese odluka o reorganizaciji ili ako postoji obveza plaćanja naknade.

Pitanje br. 21: Postoji li, tijekom prijelaznoga razdoblja, sukob između prava na temelju sporazuma koji su u skladu s Uredbom i prava koja se temelje na sporazumima koji su u skladu s Uredbom 1475/95, osobito u pogledu inovacija koje uvodi nova Uredba?

Ne. Automatska zaštita koju omogućuje prijelazno razdoblje trebala bi osigurati da prije 1. listopada 2003. Uredba ne dovede u pitanje prava i obveze koje su postojale 30. rujna 2002. Do 30. rujna 2003., zabrana propisana člankom 81. stavkom 1. ne primjenjuje se na «stare sporazume» koji zadovoljavaju dva kumulativna uvjeta, tj. da su njihove izričite i relevantne odredbe i) na snazi dana 30. rujna 2002. i ii) da one zadovoljavaju uvjete za izuzeće propisane Uredbom 1475/95.

Pitanje br. 22: Mogu li prava distributera na određenom području dovesti u pitanje imenovanje kandidata za ovlaštenoga serviseru za jednu marku tijekom prijelaznoga razdoblja?

Samo u određenim okolnostima. Npr. serviser može zaželjati, od 19. prosinca 2002., da bude imenovan ovlaštenim serviserom za određenu marku na određenome području, na kojemu dobavljač primjenjuje kvalitativnu selektivnu distribuciju, i može zaželjati da mu dobavljač

⁷⁷ Vidi Odjeljak 5.3.8.

⁷⁸ Članak 5. stavak 2. točka 2. i stavak 3. Uredbe 1475/95.

⁷⁹ Vidi Odjeljak 5.3.8.

dostavlja rezervne dijelove za tu marku. Ako se u sporazumu koji je bio na snazi dana 30. rujna 2002., koji i dalje ostaje na snazi dana 19. prosinca 2002., izričito navodi da će se samo jednome distributeru u sustavu distribucije dostavljati rezervni dijelovi te marke na tome području⁸⁰, serviser do 1. listopada 2003. ni na koji način ne može ustvrditi da takva odredba krši članak 81.

Pitanje br. 23: Mogu li distributeri biti spriječeni da uzimaju dodatne marke tijekom prijelaznoga razdoblja?

Samo u određenim okolnostima. Npr. dana 1. siječnja 2003., distributer marke A želi prodavati nova motorna vozila marke B u svojem jedinom prodajnom prostoru, u kojemu već prodaje nova motorna vozila marke A. Ako ga njegov ugovor s proizvođačem marke A, koji je bio na snazi dana 30. rujna 2002., a ostaje na snazi i 1. siječnja 2003., izričito sprječava da prodaje različitu marku u istim prostorima⁸¹, distributer ni na koji način ne može tvrditi da takva odredba krši članak 81. do 1. listopada 2003. No, proizvođač marke A ne može prigovarati korištenju istih prodajnih prostora osim ako stari ugovor sadrži izričite odredbe u tom smislu.

Pitanje br. 24: Izaziva li činjenica da su dodatni proizvodi poput maziva i dodatni sporazumi poput onih koje su sklopili trgovci na veliko, uvršteni u područje primjene Uredbe, sukobe tijekom prijelaznoga razdoblja s režimom koji se prije toga primjenjivao na te proizvode i sporazume u skladu s odredbama Uredbe 2790/1999?

Ne. Ugovori o proizvodima i uslugama koji prije nisu spadali u područje primjene Uredbe 1475/95, a koji zadovoljavaju uvjete za izuzeće iz Uredbe o skupnim izuzećima 2790/1999, u normalnim okolnostima neće Komisiji predstavljati prioritet za primjenu nove Uredbe tijekom prijelaznoga razdoblja iz članka 10. Ti će sporazumi tijekom prijelaznoga razdoblja vjerojatno biti predmetom pojedinačnih izuzeća. Po završetku prijelaznoga razdoblja, 30. rujna 2003., oni će se naći u istoj situaciji kao i proizvodi i sporazumi na koje se odnosila Uredba 1475/95 (vidi gornji tekst).

4.9. Nadzor i evaluacijsko izvješće (članak 11.)

Članak 11.

Nadzor i evaluacijsko izvješće

1. Komisija redovito nadzire primjenu ove Uredbe, a posebice njezine učinke na:

(a) tržišno natjecanje na području maloprodaje motornih vozila i na području servisiranja nakon prodaje na Zajedničkome tržištu ili njegovim relevantnim dijelovima;

(b) strukturu i razinu koncentracije distribucije motornih vozila te iz toga proizašle posljedice

⁸⁰ Vidi članak 5. stavak 3. nove Uredbe i članak 1. Uredbe 1475/95.

⁸¹ Vidi članak 5. stavak 1. točku (a) i članak 1. stavak 1. točku (b) nove Uredbe te članak 3. stavak 3. Uredbe 1475/95.

na tržišno natjecanje.

2. Komisija će najkasnije do 31. svibnja 2008. sastaviti izvješće o ovoj Uredbi i osvrnuti se posebice na uvjete iz članka 81. stavka 3.

Komisija će redovito nadzirati djelovanje Uredbe, s posebnim osvrtom na njezine učinke na tržišno natjecanje u maloprodaji motornih vozila i na tržištu servisiranja poslije prodaje, na cijelome Zajedničkome tržištu ili na njegovim relevantnim dijelovima⁸². To će uključivati redoviti nadzor razlika u cijeni unutar Jedinostvenoga tržišta i, ako bude potrebno, posebnu provjeru okolnosti spomenutih u člancima 6. i 7. Uredbe. Osim toga, Komisija će nadzirati i učinke ove Uredbe na strukturu i razinu koncentracije distribucije motornih vozila te sve učinke koje ona ima na tržišno natjecanje. U kontekstu buduće decentralizirane primjene članka 81., može se očekivati da će se taj nadzor obavljati u bliskoj suradnji s nacionalnim tijelima nadležnim za zaštitu tržišnog natjecanja.

Kao i u slučaju Uredbe 1475/95, Komisije će obaviti evaluaciju Uredbe prije njezina stupanja van snage i sastavit će izvješće najkasnije do 31. svibnja 2008.

5. PRAVA, OBVEZE I MOGUĆNOSTI KOJE NUDI UREDBA

U ovom se poglavlju obrađuje Uredba u obliku «pitanja i odgovora», iz perspektive različitih zainteresiranih strana, uključujući i potrošače. Gdje je to moguće, u obrađenim se pitanjima daje uputa i na druge dijelove ove brošure u kojima se može pronaći stručnije objašnjenje.

5.1. Potrošači: povećanje izbora u skladu s načelima Jedinostvenoga tržišta

Potreba povećanja koristi koje sustav distribucije donosi potrošaču nalazi se u središtu politike koju Komisija provodi u sektoru motornih vozila. Jačanjem tržišnoga natjecanja u prodaji vozila, servisiranju i popravku te prodaji rezervnih dijelova, Uredba 1400/2002 promiče povećanje izbora za potrošača.

Iako cilj Uredbe nije usklađivanje cijena, ona sadrži određeni broj mjera koje potrošačima na Zajedničkome tržištu olakšavaju služenje svojim pravom da koriste pogodnosti razlike u cijenama između raznih država članica i da svoje vozilo kupe tamo gdje im najviše odgovara. Tako većina ograničenja mogućnosti potrošača da koriste posrednike više neće biti pokriveno skupnim izuzećima. Nadalje, promicanjem aktivne prodaje i otvaranja dodatnih prodajnih mjesta te pojašnjavanjem stava o korištenju Interneta, nova pravila olakšavaju distributerima prodaju potrošačima gdje god oni to zažele na Jedinostvenome tržištu. U nova je pravila uvedena i odredba o raspoloživosti, koja je u skladu s prethodnom Uredbom 1475/95 omogućavala potrošačima da u drugoj državi članici kupe vozilo s opremom koja je obvezna u njihovoj državi, uključujući i kupovinu vozila s upravljačem na desnoj strani u kontinentalnom dijelu Europe. Odredba o raspoloživosti, iz članka 4. stavka 1. točke (f) Uredbe 1400/2002 pokriva sva motorna vozila, uključujući i laka gospodarska vozila koja se prodaju svugdje na Zajedničkome tržištu.

⁸² Vidi točku preambule br. 38.

Izuzimanjem samo sporazuma koji ovlaštene servisere obvezuju na popravak vozila koja prodaje bilo koji distributer u sustavu distribucije, Uredba osigurava potrošaču mogućnost da vozilo odveze na popravak i servis bilo kojemu ovlaštenome serviseru, bilo gdje u Europskoj uniji. Uredba sadrži i mjere čiji je cilj osiguravanje potrošačima mogućnosti da svoja vozila i dalje daju na popravak i servis neovlaštenim serviserima te mjere za održavanje sigurnosti i zaštite okoliša.

Mnoge od tih mjere spomenute su u drugim dijelovima ove brošure zato što imaju izravniji utjecaj na druge vrste operatera. Ovdje se nalazi niz pitanja i problema koji su od izravnijeg interesa za potrošača.

5.1.1 Prodaja

Pitanje br. 25: Može li potrošač slobodno kupiti vozilo na bilo kojem mjestu unutar Jedinog tržišta, za koje smatra da mu pruža najveće pogodnosti?

Sloboda potrošača da kupuje gdje god poželi unutar Jedinog tržišta jedno je od temeljnih postignuća Europske unije, a Uredba pojačava pravo kupovanja motornoga vozila u drugoj državi članici. Proizvođač, uvoznik ili područni distributer nikako ne mogu spriječiti dilera da prodaje bilo kojemu potrošaču koji s njime stupa u kontakt izravno, putem posrednika ili Interneta. Kad bi dobavljači distributerima nalagali da ne prodaju potrošačima iz drugih država članica, kad bi ih odvrćali od toga ili im nametali bilo kakva ograničenja na prodaju takvim potrošačima, to bi predstavljalo ozbiljno ograničenje tržišnoga natjecanja, a to znači da ugovori o distribuciji toga dobavljača ne bi bili pokriveni skupnim izuzećima. Posljednjih godina Komisija je otkrila veći broj kršenja pravila EZ-a o tržišnom natjecanju u kojima je bilo riječi o ograničenjima prodaje stranim potrošačima te novčano kaznila poduzetnike koji su ih prekršili⁸³.

Pitanje br. 26: Može li distributer u drugoj državi članici odbiti prodaju vozila potrošaču?

Poslovni duh bi dilera, u normalnim okolnostima, vodio tome da proda što je moguće više automobila, jer se njegova dobit povećava s brojem prodanih vozila. No, diler (u Uredbi se naziva distributerom), kao i prodavač na malo neke druge robe, može odbiti prodaju potrošaču ako je to plod njegove vlastite odluke, a ne upute koju je dobio od dobavljača. Naprotiv, ako dobavljač⁸⁴ nastoji svoje dilere navesti da ne prodaju potrošačima iz drugih država članica ili ih nastoji odvratiti od toga⁸⁵, to bi bilo ozbiljno ograničenje tržišnoga natjecanja i najvjerojatnije kršenje članka 81. Ugovora o osnivanju EZ-a.

Pitanje br. 27: Treba li potrošač koji je naručio vozilo od distributera u drugoj državi članici čekati dulje na izvršenje svoje narudžbe?

U normalnim okolnostima, vrijeme čekanja ne bi trebalo biti dulje od onoga za slično vozilo u lokalnoj inačici. Ako se pokaže da je dobavljač izazvao nepotrebno dugo čekanje na isporuku vozila svojim distributerima koji prodaju stranim kupcima u cilju obeshrabrivanja tih kupaca da kupuju u drugoj državi članici, to bi predstavljalo ozbiljno ograničenje tržišnoga natjecanja. Ako npr. danski kupac kod irskoga distributera naruči vozilo s upravljačem na

⁸³ Odluka Komisije o izricanju novčane kazne Volkswagenu (1998. i 2001.), Opelu (2000.) i DaimlerChrysleru (2001.). Vidi točne upute na te odluke u Prilogu 1.

⁸⁴ Tj. proizvođač, uvoznik ili područni distributer.

⁸⁵ Vidi članak 4. stavak 1. točka (f).

lijevoj strani, zatamnjenim staklima i motorom od sa 16 ventila i pokretnim krovom, čekanje za ispunjavanje takve narudžbe⁸⁶ trebalo bi biti usporedivo s čekanjem irskog potrošača koji od istoga distributera naruči isti model sa zatamnjenim staklima, motorom sa 16 ventila i pokretnim krovom, ali s upravljačem na desnoj strani vozila. Svako dodatno čekanje na isporuku mora biti opravdano.

Pitanje br. 28: Može li dobavljač ostaviti potrošača iz druge države članice da čeka prije nego što mu je dostavio potvrdu o sukladnosti?

Ne. Dobavljači moraju sustavno davati potpunu dokumentaciju o sukladnosti distributeru u trenutku isporuke vozila potrošaču ili njegovom posredniku. Ako to nije učinjeno, potrošač neće moći registrirati vozilo za uporabu u drugoj državi članici. To bi moglo dovesti do neizravnog ograničavanja prodaje i ozbiljnog ograničavanja tržišnoga natjecanja⁸⁷.

Pitanje br. 29: Može li distributer u sustavu selektivne distribucije od svojih potrošača zahtijevati da potpišu obvezu ili neku drugu ispravu kako bi se osigurali da vozilo, dok je još novo, neće biti preprodano u svrhe ostvarivanja trgovinske dobiti?

Dobavljač koji se služi sustavom selektivne distribucije smije spriječiti prodaju preprodavačima koji nisu članovi toga sustava. No, potrošač može slobodno prodati motorno vozilo u svako doba, pod uvjetom da on nije prikriveni neovisni preprodavač. Ako distributer, na temelju uputa koje je dobio od dobavljača, poduzme mjere kako bi kupca spriječio da preproda vozilo u svrhe ostvarivanja trgovinske dobiti⁸⁸, ili kako bi kupca spriječio da preproda vozilo nakon što ono više ne bude novo, to bi predstavljalo neizravno ograničavanje prodaje.

Pitanje br. 30: Što se događa ako distributer potrošaču koji pokušava kupiti vozilo u drugoj državi članici ili posredniku koji nastupa u ime potrošača, kaže da ne može naručiti model s tehničkim karakteristikama potrebnim u državi iz koje dolazi potrošač ili da ne može dobiti cjenovnu ponudu za takvo vozilo?

Dobavljači moraju dostavljati distributerima motorna vozila s tehničkim karakteristikama potrebnim za uporabu u drugim državama članicama⁸⁹. Kad to dobavljači ne bi činili, to bi značilo da se radi o ozbiljnom ograničavanju tržišnoga natjecanja i kršenju prava potrošača na Jedinstvenome tržištu. Unatoč tome, dobavljač može odbiti dostaviti takvo vozilo ako distributer i inače ne prodaje lokalnu inačicu modela o kojemu se radi. Drugim riječima, ako vozilo ne odgovara vozilima iz ugovornog programa distributera⁹⁰.

Na primjer, nizozemski distributer marke A trebao bi biti u mogućnosti da naruči vozilo modela X s upravljačem na desnoj strani za svojeg potrošača iz Velike Britanije, osim ako

1) nizozemski distributer, u normalnim okolnostima, ne prodaje automobile modela X, ili

⁸⁶ Vidi članak 4. stavak 1. točku (f).

⁸⁷ Članak 4. stavak 1. točke (b), (d) i (e).

⁸⁸ Npr. zato što su se osobne okolnosti potrošača u međuvremenu, nakon podnošenja narudžbe, promijenile pa mu sada treba veće vozilo.

⁸⁹ Vidi članak 4. stavak 1. točku (f).

⁹⁰ Npr. zato što model o kojemu je riječ još nije pušten u prodaju u državi članici u kojoj distributer ima poslovni nastan.

2) automobili modela X se, u normalnim okolnostima, ne proizvode u inačici s upravljačem na desnoj strani.

Ako distributer prodaje model o kojemu je riječ, on mora biti u mogućnosti da dobije cjenik za inačice toga modela s tehničkim karakteristikama potrebnim za druge države članice. Ako on ne može brzo dobiti takvu cjenovnu ponudu, to bi moglo predstavljati ozbiljno ograničavanje tržišnoga natjecanja od strane dobavljača.

Pitanje br. 31: Može li distributer posebno naplaćivati dodatnu opremu za upravljač na desnoj strani ili neku drugu sličnu vrstu dodatne opreme?

Dodatak na osnovnu cijenu, poput onoga za upravljač na desnoj strani vozila, koji uzima u obzir razlike u tehničkim karakteristikama vozila između država članica i odražava razlike u cijeni proizvodnje ili distribucije, sam po sebi ne predstavlja ograničavanje tržišnoga natjecanja. No, razina dodatka na cijenu mora biti objektivno opravdana, osobito s obzirom na realne dodatne troškove proizvodnje ili isporuke vozila. Ne postoji opće pravilo za izračunavanje objektivno opravdane razine dodatka na osnovnu cijenu u nekome konkretnome slučaju, jer, između ostaloga, dodatni troškovi proizvodnje i isporuke vozila o kojemu je riječ ovise o modelu.

Pitanje br. 32: Što se događa ako distributer kaže kako mu je rečeno da ne smije davati popust na određeni model?

Distributeri moraju slobodno prodavati vozila po cijeni koja je ispod cijene koju preporučuje dobavljač⁹¹. Proizvođači ne mogu utvrđivati minimalne ili prodajne cijene. Kad bi dobavljač ograničavao distributerovu mogućnost davanja popusta, to bi bilo ozbiljno ograničavanje tržišnoga natjecanja⁹², a to bi značilo da dobavljačevi ugovori o distribuciji ne mogu biti pokriveni skupnim izuzećem.

Pitanje br. 33: Može li dobavljač u nekoj državi članici uspostaviti poseban režim prema kojemu potrošači dobivaju popust ako automobil registriraju u toj državi, ali ga ne dobivaju oni potrošači koji automobil registriraju u drugoj državi članici?

Ne. Takav bi režim predstavljao ograničenje prodaje potrošačima iz druge države članice i bio bi ozbiljno ograničenje tržišnoga natjecanja, a to bi značilo da dobavljačevi ugovori o distribuciji ne bi bili pokriveni skupnim izuzećem⁹³.

5.1.2. Servisiranje poslije prodaje

Pitanje br. 34: Mora li potrošač svoje vozilo dovesti distributeru kod kojega ga je kupio u cilju obavljanja poslova održavanja pod garancijom?

⁹¹ Ili iznad te cijene, pod uvjetom da dobavljač nije postavio gornji prag za cijenu vozila. Vidi članak 4. stavak 1. točku (a).

⁹² Vidi Odluku Komisije od 29. lipnja 2001. u predmetu COMP/36.693 – Volkswagen, SL L 262, 2. listopada 2001., str. 14., vidi i Obavijest za tisak – IP/01/760 – 30. svibnja 2001. Odlukom je izrečena novčana kazna za ovaj prekršaj.

⁹³ Vidi članak 4. stavak 1. točke (b) i (c).

Ne. U svrhe primjene ove Uredbe, potrošač bi morao biti u mogućnosti da vozilo doveze bilo kojemu ovlaštenome serviseru u dobavljačevoj mreži, svugdje u EU. Uredba⁹⁴ izuzima samo ugovore s ovlaštenim serviserima kod kojih dobavljač nameće obvezu svim svojim ovlaštenim serviserima da popravljaju sva vozila marke o kojoj je riječ, da poštuju garanciju, da obavljaju besplatno servisiranje i obavljaju sve poslove povrata vozila bez obzira na mjesto kupnje vozila. Ako ovlašteni serviser ne može servisirati automobil koji nije prodan u njegovoj državi članici, mora biti u mogućnost da se poveže s dobavljačem ili drugim ovlaštenim serviserom u drugoj državi članici. Potrošač ne mora ponovno potvrđivati garanciju u svojoj državi članici kako bi mu se obavili popravci pod garancijom. Razdoblje garancije počinje teći od trenutka isporuke automobila kod ovlaštenoga distributera. Ako proizvođač, uvoznik, distributer, serviser ili neki drugi poduzetnik u okviru mreže sprječavaju potrošače da se služe garancijom proizvođača na području cijelog EU-a, to bi značilo da nije ispunjen jedan od temeljnih uvjeta za primjenu izuzeća na sporazume o kojima je riječ.

Pitanje br. 35: Što se događa ako na potrošačevom automobilu postoji problem, koji garancija pokriva, ali ga lokalni ovlašteni serviser ne može popraviti?

U takvim okolnostima, moguće je da potrošač mora vozilo dovesti do distributera kod kojega ga je kupio, na isti način na koji bi to učinio s bilo kojim drugim proizvodom⁹⁵. Ako je automobil kupio putem posrednika (vidi Odjeljak 5.2.), može ovlastiti posrednika da vozilo odveze do distributera od kojega ga je kupio.

Pitanje br. 36: Što se događa ako ovlašteni distributer od kojega je potrošač kupio svoj automobil ne servisira vozila, kod vozila se pojavi kvar tijekom razdoblja garancije, a serviser s kojim je distributer sklopio podugovor o servisiranju vozilo ne može popraviti?

Potrošač može vozilo odvesti do prodajnog mjesta na kojemu ga je kupio, kao što bi učinio s bilo kojom drugom robom. Distributer koji je prodao vozilo nakon toga će morati osigurati popravak ili dati potrošaču zamjensko vozilo, iako potrošačevo pravo na to ovisi o nacionalnom ugovornom pravu i odredbama ugovora o prodaji⁹⁶.

Pitanje br. 37: Ako je neovisni serviser potrošaču popravio ili održavao vozilo tijekom razdoblja garancije, može li proizvođač odbiti poštovanje garancije?

Ako je potrošaču vozilo popravio ili održavao neovisni serviser tijekom razdoblja garancije, pogodnosti garancije mogu biti izgubljene ako posao nije obavljen stručno. No, opća obveza prema kojoj automobil mora biti popravljan i održavan samo unutar mreže ovlaštenih servisera tijekom razdoblja garancije uskratilo bi potrošačima pravo da biraju hoće li svoje vozilo popravljati i održavati kod neovlaštenoga servisera i time bi, osobito u slučaju «proširene garancije», spriječilo takve servisere da učinkovito konkuriraju mreži ovlaštenih servisera.

Pitanje br. 38: Što potrošač može učiniti ako smatra da je oštećen ograničavanjem natjecanja?

⁹⁴ Članak 4. stavak 1. točka (b), prva rečenica, točka (d) i točka preambule br 17.

⁹⁵ Ovaj problem uređuje nacionalno ugovorno pravo, a ne propisi EZ-a o tržišnom natjecanju.

⁹⁶ Vidi točku preambule br. 17.

Može se žaliti Europskoj komisiji ili nacionalnom tijelu za zaštitu tržišnog natjecanja⁹⁷. Može također podnijeti zahtjev za naknadu štete pred nacionalnim sudom. No, mogućnost pokretanja takvoga postupka ovisi o nacionalnim postupovnim propisima, pa bi zbog toga potrošač prije ulaganja tužbe trebao zatražiti pravni savjet.

Budući da svi problemi na koje nailaze potrošači koji kupe vozilo u drugim državama članicama ne proizlaze iz kršenja propisa o zaštiti tržišnog natjecanja, Komisija je objavila popis kontakata («vrući telefoni») za većinu proizvođača na svojim internetskim stranicama kako bi potaknula rješavanje sporova raznih vrsta i omogućila rješavanje drugih vrsta problema koji su povezani s kupovinom vozila⁹⁸.

5.2. Posrednici

Posrednik ili nabavni agent je osoba ili poduzetnik koji kupuje novo motorno vozilo u ime potrošača, a da pri tome nije član distribucijske mreže. Posrednike treba razlikovati od neovisnih preprodavača, koji vozilo kupuju radi preprodaje i ne djeluju u ime potrošača. Njih treba razlikovati i od nabavnih agenata, koji pronalaze potrošače za jednoga ili više distributera. Dobavljači svoje distributere mogu obvezati samo da se osiguraju da posrednik ima prethodno valjanu punomoć⁹⁹ potrošača za kupovinu i/ili preuzimanja navedenog vozila. Jedino ograničenje djelatnosti posrednika, dopušteno u ugovoru koji pokriva Uredba 1400/2002 stoga je potreba pokazivanja valjane punomoći pojedinačnoga potrošača. Dopuštenje mora sadržavati potrošačevo ime i adresu te mora biti potpisano i datirano. Potrošač odlučuje u kojoj će mjeri ta punomoć biti specifična s obzirom na vozilo¹⁰⁰. Nikakvi dodatni zahtjevi ne mogu se postaviti ako je posrednik uključen u kupovinu novoga motornoga vozila. Komisija je ukinula dvije obavijesti¹⁰¹ koje su se odnosile na djelatnost posrednika.

Pitanje br. 39: Može li distributer od posrednika zatražiti da pored potpisane punomoći predoči i preslike osobnih iskaznica ili drugih isprava njegovih kupaca¹⁰²?

Da, u određenim okolnostima. Treba imati na umu činjenicu da u određenim sustavima selektivne distribucije distributeru može biti zabranjena prodaja novih motornih vozila¹⁰³ neovisnim preprodavačima. Stoga distributer može, ako to smatra potrebnim, zatražiti od posrednika dokaze kupčeva identiteta kako bi spriječio prodaju neovisnim preprodavačima.

Iako distributer može samostalno odlučiti hoće li od svojih kupaca tražiti dodatne isprave. No, ako dobavljač uputi distributera da sustavno zahtijeva takve isprave, takva obveza neće biti pokrivena odredbama ove Uredbe.

⁹⁷ Popis tih tijela nalazi se na adresi: http://europa.eu.int/comm/competition/national_authorities/

⁹⁸ http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/

⁹⁹ Može biti potpisano rukom ili u elektroničkom obliku. Vidi točku preambule br. 14.

¹⁰⁰ Npr. punomoć se može odnositi na klasu vozila, određeni model, a može sadržavati i više podrobnosti.

¹⁰¹ Obavijest Komisije o Uredbi (EEZ) br. 123/85 od 12. prosinca 1984. o primjeni članka 85. stavka 3. Ugovora na određene kategorije ugovora o distribuciji motornih vozila i servisiranje, SL C 17, 18. siječnja 1985., str. 4., Informacija Komisije – Objašnjenja o djelatnostima posrednika za motorna vozila, SL C 329, 18. prosinca 1991., str. 20. Na temelju tih obavijesti, od posrednika se npr. moglo zahtijevati da ne smiju imati ured u istim prostorima kao i supermarket. Drugi element koji je ograničavao njihovu djelatnost bila je činjenica da se od distributera automobila moglo zahtijevati da ne prodaju više od 10 % novih vozila preko određenoga posrednika.

¹⁰² Poput putovnice ili drugih isprava kojima se dokazuje identitet kupaca (račun za električnu energiju itd.).

¹⁰³ Da li je vozilo i dalje novo mora se odlučiti na temelju trgovinske prakse. Za kupca, vozilo više nije novo nakon što ga je drugi potrošač registrirao i vozio cestom. Naprotiv, vozilo koje je registrirao distributer za samo jedan dan, a nije ga koristio, i dalje se smatra novim.

5.3. Ovlašteni distributeri novih motornih vozila (u ovoj brošuri spomenuti i kao dileri)

Distributeri imaju ključnu ulogu u razvoju Jedinственog tržišta za nova motorna vozila. Vjerojatnije je da će snažan i neovisan sektor distributera poticati tržišno natjecanje i uvoditi više inovacija u korist potrošača. Stoga Uredba 1400/2002 distributerima daje više slobode u vođenju njihova poslovanja na način koji im najbolje odgovara. Nova Uredba bitno je smanjila mogućnosti proizvođača i njihovih uvoznika da svojim distributerima nametnu mjere koje nisu nužne za distribuciju novih motornih vozila ili za pružanje usluga popravka i održavanja.

Za razliku od prethodnih skupnih izuzeća (Uredba 1475/95), Uredba 1400/2002 omogućuje skupna izuzeća samo ako:

- proizvođač vozila ili njegov uvoznik ne obvezuje distributere da i sami obavljaju popravak i održavanje ili da distribuiraju rezervne dijelove. Distributeri bi trebali biti slobodni pri sklapanju podugovora o popravku i održavanju s ovlaštenim serviserima koji pripadaju mreži iste marke;
- distributeri mogu uzimati vozila drugih marki;
- proizvođači ili uvoznici ne ograničavaju dostavu novih vozila svojim distributerima ako takvo ponašanje ograničava mogućnost njihovih distributera da prodaju vozila određenim potrošačima u Europskoj uniji;
- distributeri u sustavu selektivne distribucije mogu aktivno i pasivno prodavati bilo kojem potrošaču, a nakon 1. listopada 2005. mogu otvarati dodatna prodajna mjesta ili mjesta za isporuku, u svrhe distribucije novih putničkih vozila i lakih gospodarskih vozila, tamo gdje se koristi selektivna distribucija;
- Distributeri u ekskluzivnom sustavu distribucije potpuno slobodno odlučuju o aktivnoj prodaji na svojem području i na područjima koja nisu podvrgnuta ekskluzivnoj distribuciji te o pasivnoj prodaji na ekskluzivnim područjima drugih distributera.

5.3.1. Prodaja novih vozila od strane distributera

Uredba 1400/2002 nastoji distributerima pružiti više mogućnosti za opskrbljivanje svih potrošača novim motornim vozilima, bez obzira na to jesu li oni iz lokalne sredine, iz iste države ili iz druge države članice. Izravna ograničenja prodaje, aktivne ili pasivne, nisu pokrivena odredbama ove Uredbe¹⁰⁴.

U skladu s odredbama nove Uredbe, svaki sustav distribucije, bio on selektivan ili ekskluzivan, mora biti organiziran na način da sve kategorije potrošača novo vozilo mogu kupiti od bilo kojega distributera, čak i ako kupuju veliki broj vozila¹⁰⁵.

Pitanje br. 40: Pokriva li Uredba ograničenja aktivne i pasivne prodaje kod distributera?

¹⁰⁴ Vidi točku preambule br. 16.

¹⁰⁵ Npr. poduzeće za iznajmljivanje vozila ili neki drugi korisnik voznog parka poput društva koje se bavi leasingom obično kupi velike količine vozila od jednoga dobavljača.

Distributeri u sustavu selektivne distribucije moraju biti u mogućnosti aktivno prodavati bilo kojem krajnjem korisniku s prebivalištem na području Europske unije, na kojemu se koristi sustav selektivne distribucije. Dobavljačima je, unatoč tome, dopušteno da distributeru nametnu obvezu da nova vozila ne prodaje neovisnim preprodavačima na područjima gdje se koristi sustav selektivne distribucije. Ako dobavljač koristi ekskluzivnu distribuciju na određenim područjima Europske unije, distributerima u sustavu selektivne distribucije mora biti dopušteno da pasivno prodaju krajnjim korisnicima ili neovlaštenim distributerima na tim područjima¹⁰⁶.

Ako dobavljač uspostavi sustav ekskluzivne distribucije, njegovi distributeri moraju biti u mogućnosti slobodno i aktivno prodavati na svojem ekskluzivnom području ili svojoj ekskluzivnoj potrošačkoj skupini. Kad je riječ o ostalim kupcima u okviru sustava ekskluzivne distribucije, bez obzira na to da li je riječ o krajnjim korisnicima ili preprodavačima novih motornih vozila, oni moraju imati mogućnost korištenja metoda pasivne prodaje. Ako dobavljač koristi selektivnu distribuciju u nekim drugim područjima Europske unije, distributerima u okviru sustava ekskluzivne distribucije mora biti dopušteno da koriste aktivnu prodaju krajnjim korisnicima i neovlaštenim distributerima na tim područjima¹⁰⁷.

Pitanje br. 41: Na koji način Uredba osigurava da distributer može prodavati nova vozila bilo kojem potrošaču, uključujući lokalne potrošače, potrošače iz drugih područja iste države članice i one iz druge države članice?

Opskrba novim motornim vozilima mora biti organizirana tako da distributer može nabaviti vozilo svim potrošačima koji ga od njega žele kupiti. Proizvođač bi trebao poštovati narudžbe novih motornih vozila namijenjenih potrošačima iz drugih područja Zajedničkoga tržišta na isti način na koji to čini i kad je riječ o prodaji lokalnim potrošačima, a osobito s obzirom na cijene i rok isporuke. Prema odredbama nove Uredbe, proizvođači će zbog toga morati uspostaviti sustave naručivanja i isporuke u skladu s ovim zahtjevom. U tu svrhu oni npr. mogu uspostaviti sustav naručivanja koji se temelji na načelu ispunjavanja narudžbi po redosljedju njihovog zaprimanja. Sustav distribucije koji se temelji na nabavnim kvotama za prodajno područje koje je manje od Zajedničkoga tržišta doveo bi do neizravnoga ograničenja prodaje, pa nije izuzet na temelju ove Uredbe¹⁰⁸.

Uredba ne obvezuje proizvođače na uspostavu sustava distribucije kojim se osiguravaju isti rokovi isporuke na cijelome Zajedničkom tržištu. No, oni ipak moraju osigurati da distributeri budu u mogućnosti pod istim uvjetima dostaviti nova vozila svojim potrošačima iz lokalne sredine, u njihovoj državi ili iz drugih država članica.

Može se dogoditi da dobavljač bude prisiljen ograničiti dostavu proizvoda svojim distributerima u određenim okolnostima, npr. u slučaju štrajka ili ako je ukupna potražnja veća od proizvodnje. U takvim okolnostima dobavljač ne smije vozila dostavljati svojim distributerima na način koji bi doveo do diskriminacije između distributera koji prodaju mnogo vozila potrošačima iz drugih država članica i onih koji to ne čine. Npr. zamislite situaciju u kojoj distributer A prodaje pedeset vozila mjesečno, uglavnom potrošačima iz grada u kojemu ima poslovni nastan. Distributer B također prodaje pedeset vozila mjesečno, ali od toga 25 vozila prodaje kupcima u svojem gradu, a 25 kupcima iz druge države članice.

¹⁰⁶ Vidi točku preambule br. 13. Za definiciju aktivne i pasivne prodaje, vidi odgovor na pitanje br. 12.

¹⁰⁷ Članak 4. stavak 1.; 1. dio rečenice i Smjernice o vertikalnim ograničenjima, stavak 52.

¹⁰⁸ Vidi točku preambule br. 16.

Ako dođe do problema u proizvodnji zbog kojih je dobavljač prisiljen smanjiti broj vozila koje isporučuje, on mora dostaviti 30 vozila distributeru A i isti broj vozila distributeru B.

Kako bi se izbjegla bilo kakva diskriminacija između lokalne prodaje i prodaje kupcima iz drugih područja Zajedničkoga tržišta, sustavi nagrađivanja i druge vrste financijskih ili nefinancijskih poticaja ne smiju se temeljiti na mjestu prebivališta kupca, mjestu poslovnoga nastana ili prema mjestu na kojemu će vozilo biti registrirano, nego moraju uzimati u obzir ukupnu prodaju.

Pitanje br. 42: Treba li se način na koji se nova vozila dostavljaju distributeru razlikovati ovisno o tome da li dobavljač koristi sustav selektivne distribucije ili neki drugi sustav distribucije, poput onoga koji se temelji na ekskluzivnosti područja?

Gore spomenuta načela primjenjuju se bez obzira na sustav distribucije koji je uspostavio dobavljač, budući da je od izuzetne važnosti za Jedinstveno tržište da distributer može nova vozila prodavati svim potrošačima bez obzira na prebivalište ili mjesto poslovnoga nastana kupca novoga motornoga vozila. To se primjenjuje bez obzira na to da li distributer ima pravo koristiti aktivnu prodaju ili samo pasivnu prodaju određenim skupinama potrošača ili na određenim područjima.

Pitanje br. 43: Može li dobavljač dogovoriti sa svojim distributerom prodajne ciljeve koje distributer mora nastojati postići na određenome području?

Nova Uredba dopušta dobavljaču da sa svojim distributerom dogovara prodajne ciljeve za određeno zemljopisno područje koje može biti manje od Zajedničkoga tržišta. No, takvi prodajni ciljevi ne smiju se koristiti za ograničavanje isporuka novih motornih vozila distributerima¹⁰⁹. Osim toga, dodjeljivanje proizvoda, plaća distributera ili sustavi nagrađivanja ne smiju se temeljiti na pitanju da li je vozilo prodano ili nije unutar dogovorenoga zemljopisnoga područja, jer bi takve mjere neizravno ograničavale pravo distributera da se služi metodama pasivne prodaje svim potrošačima u okviru Zajedničkoga tržišta.

Pitanje br. 44: Može li distributer slobodno oglašavati na Internetu i prodavati nova vozila putem Interneta?

Distributerova internetska stranica sredstvo je pasivne prodaje¹¹⁰, a distributer je može koristiti za oglašavanje i za obavljanje transakcija, pa takva uporaba ne može biti ograničena prema odredbama Uredbe. Distributeru se ne može ograničiti, u skladu s odredbama Uredbe, ni korištenje Interneta ili elektroničke pošte umjesto tradicionalnijih metoda, poput obične pošte ili telefaksa, za sklapanje njegovih ugovora o prodaji¹¹¹.

Distributer mora imati slobodu i za sklapanje ugovora s internetskim referentnim stranicama, preko kojih potrošači dolaze u kontakt s distributerom koji im može isporučiti vozilo. Proizvođač vozila može od distributera koji se služi Internetom zatražiti da ispuni kvalitativne zahtjeve s obzirom na promociju relevantne marke motornih vozila na Internetu. Dobavljač može zahtijevati i da referentna stranica na Internetu kojom se distributer služi pri oglašavanju

¹⁰⁹ Vidi točku preambule br. 16.

¹¹⁰ Vidi točku preambule br. 15. i članak 4. stavak 1. točku (e); vidi i Smjernice o vertikalnim ograničenjima, stavak 51.

¹¹¹ Vidi točku preambule br. 15.

ispunjava njegove zahtjeve glede kvalitete. Takve stranice, na kojima se može obavljati promocija prodaje novih motornih vozila jedne ili više robnih marki, mogu i usmjeravati potrošače koji žele kupiti novo vozilo prema jednome od distributera koji je povezan s referentnom stranicom.

Pitanje br. 45: Može li distributer slobodno koristiti elektroničku poštu ili personalizirana pisma za kontaktiranje potencijalnih potrošača?

Korištenje elektroničke pošte ili personaliziranih pisama za aktivnu prodaju vozila i usluga krajnjim korisnicima diljem Zajedničkoga tržišta jest aktivna metoda prodaje. U skladu s odredbama Uredbe¹¹², dobavljači ne smiju ograničavati distributere u sustavima selektivne distribucije pri korištenju takvih metoda. Distributeri u sustavima ekskluzivne distribucije moraju imati slobodu za aktivno kontaktiranje s kupcima koji su im ekskluzivno dodijeljeni i ne smije im se ograničiti mogućnost da odgovaraju na samostalno izražene zahtjeve kupaca, čak i ako su oni ekskluzivno dodijeljeni drugim distributerima. Npr. u sustavu ekskluzivne distribucije u kojemu se svakome distributeru dodjeljuje neko područje, dobavljač može zabraniti prodaju novih vozila putem elektroničke pošte ili personaliziranih pisama kupcima koji se nalaze na ekskluzivnome području prodaje drugoga distributera. Ti distributeri mogu se služiti tim metodama aktivne prodaje na drugim područjima, tamo gdje se primjenjuje sustav selektivne distribucije.

5.3.1.1. Prodaja novih motornih vozila potrošačima putem usluga koje pruža posrednik

Pitanja koja se odnose na dostavu novih motornih vozila krajnjim korisnicima koji su u tu svrhu ovlastili posrednika obrađena su u Odjeljku 5.2.

5.3.1.2. Prodaja novih vozila društvima koja se bave leasingom

Uredba ne pokriva obveze koje ograničavaju mogućnost distributera da prodaje usluge leasinga¹¹³. To uključuje leasing koji pruža sam distributer, leasing putem društva koje se time bavi, a povezano je s distributerom ili djelovanje u svojstvu zastupnika društva za leasing koje distributer sam bira.

Pitanje br. 46: Ima li distributer pravo prodavati nova motorna vozila društvima za leasing?

Da, dostava novih vozila društvima koja se bave leasingom dopušteni je dio djelatnosti distributera, jer se društva koja se bave leasingom obično smatraju krajnjim korisnicima¹¹⁴.

No, dobavljač koji koristi selektivnu distribuciju može spriječiti distributere da dostavljaju robu iz ugovora društvima koja se bave leasingom ako postoji opasnost, koja se može provjeriti, da će društvo koje se bavi leasingom preprodati ta motorna vozila dok su još nova. U članku 1. stavku 1. točki (w) jasno stoji da bi ugovor o leasingu koji uključuje prijenos vlasništva ili mogućnost kupovine prije isteka ugovora, a koji bi korisniku leasinga omogućio da u bilo kojem trenutku od društva koje se bavi leasingom kupi vozilo, uključujući i mogućnost da je vozilo još novo, zapravo bi u stvarnosti društvo koje se bavi leasingom pretvorio u neovisnoga preprodavača.

¹¹² Vidi članak 4. stavak 1. točku (d) i članak 4. stavak 1. točku (e).

¹¹³ Vidi točku preambule br. 30. i članak 5. stavak 2. točku (a).

¹¹⁴ Vidi članak 1. stavak 1. točku (w).

Pitanje br. 47: Može li dobavljač koji se služi sustavom selektivne distribucije zahtijevati od društva koje se bavi leasingom, kojemu distributer prodaje novo vozilo, da se obveže da neće preprodati vozilo dok je još novo u cilju ostvarivanja trgovinske dobiti?

Dobavljač koji se služi sustavom selektivne distribucije smije poduzeti prikladne mjere kako bi osigurao da njegovi distributeri neće prodavati nova motorna vozila preprodavačima koji nisu članovi toga sustava. Stoga on od distributera može zahtijevati da poduzmu prikladne mjere kako bi spriječili kupce da preprodaju vozila dok su ona još nova. U cilju sprječavanja društva koje se bavi leasingom da preprodaje motorno vozilo dok je ono još novo, distributer može od toga društva zahtijevati potpisivanje izjave da neće prodati vozila dok su još nova.

Pitanje br. 48: Može li dobavljač od distributera zahtijevati da nabavi i dostavi mu preslike svakoga ugovora o leasingu prije nego što distributer proda vozilo društvu koje se bavi leasingom?

Ne. To bi vodilo neizravnom ograničavanju prodaje i ozbiljnom ograničavanju tržišnoga natjecanja¹¹⁵. Nadalje, time bi se distributeru i dobavljaču omogućilo dobivanje informacija o ugovornim obvezama leasinga te o identitetu korisnika leasinga. No, dobavljač od distributera može zahtijevati da provjeri, prije prve prodaje određenom društvu koje se bavi leasingom, opće uvjete koje to društvo primjenjuje kako bi se izbjegla prodaja neovlaštenome preprodavaču.

Pitanje br. 49: Može li društvo koje se bavi leasingom od distributera kupovati nove automobile za koje još nije pronašlo korisnike?

Da, a dobavljač ne smije odbiti takve narudžbe čak ni u slučaju da društvo koje se bavi leasingom kupovanjem želi stvoriti zalihu novih vozila¹¹⁶. Bilo kakav zahtjev upućen društvu koje se bavi leasingom da imenuje klijenta prije kupovine vozila predstavljalo bi neizravno ograničenje prodaje i ozbiljno ograničenje tržišnoga natjecanja¹¹⁷.

5.3.2. Distribucija različitih marki motornih vozila kod distributera (multi-branding)

Uredba 1400/2002 pojednostavljuje uvjete koje dobavljač može postaviti distributerima koji žele uzeti jednu ili više dodatnih marki (to se ponekad naziva izrazom «multi-branding»).

Dobavljač koji želi da njegov ugovor bude izuzet u skladu s Uredbom mora svakome distributeru dopustiti da prodaje vozila konkurentskih dobavljača. Jedino ograničenje koje on može postaviti distributeru jest obveza izlaganja modela drugih dobavljača u odvojenim dijelovima istoga izložbenoga prostora. Osim toga, ako distributer odluči zaposliti posebno osoblje za svaku marku vozila, a dobavljač na to pristane i odluči platiti sve dodatne troškove koje uključuje zapošljavanje posebnoga osoblja, to će biti pokriveno odredbama Uredbe.

Dobavljač takvim distributerima može nametnuti poštovanje svih kriterija kvalitete koje nameće distributerima koji prodaju samo jednu marku vozila, uključujući i one koji se odnose na ukrašavanje izložbene dvorane i obuku osoblja koje obavlja prodaju. No, ako izložbeni prostor distributera nije dovoljno velik i ne omogućuju izlaganje svih vozila ili korištenje svih znakova koje prodavač samo jedne marke vozila mora izložiti ili koristiti, dobavljač mora ublažiti tu obvezu na prikladan način s obzirom na prostor potreban za izlaganje takvih vozila,

¹¹⁵ Članak 4. stavak 1. točka (b).

¹¹⁶ Vidi Odluku Komisije od 10. listopada 2001. – DaimlerChrysler- (predmet COMP/36.264 – Mercedes-Benz), stavci 176. i 201. te sljedeći stavci.

¹¹⁷ Vidi članak 4. stavak 1. točku (b).

kako bi distributeru omogućio izlaganje vozila drugoga proizvođača u svojem izložbenom prostoru¹¹⁸. Jesu li ti uvjeti ispunjeni, utvrđuje se u svakome pojedinačnome slučaju. Ugovori moraju strankama omogućiti upućivanje bilo kakvih sporova glede ove teme neovisnome stručnjaku, arbitru ili na rješavanje pred nacionalnim sudom¹¹⁹.

Pitanje br. 50: Može li distributer dobiti višu maržu ili nagradu ako prodaje vozila samo jednoga dobavljača?

Ne. Takve bi mjere predstavljale neizravno ograničavanje prava distributera da prodaje konkurentske marke i ne bi bilo pokriveno odredbama Uredbe¹²⁰. Stoga jednaka marža ili nagrade moraju biti omogućene svim distributerima, bez obzira na to prodaju li motorna vozila samo jednoga dobavljača ili više njih.

Pitanje br. 51: Do koje mjere dobavljač može tražiti odvajanje s obzirom na izlaganje različitih marki u istom izložbenom prostoru?

Uredba dopušta dobavljačima da od distributera zahtijevaju izlaganje vozila njihovih marki u posebnim dijelovima istoga izložbenoga prostora. Svaka obveza dodatnog odvajanja, poput postavljanja zida ili zavjese ili pak obveza ostavljanja prostora između izloženih vozila različitih marki koji bi bio toliko velik da bi onemogućio izlaganje drugih marki (npr. zato što je izložbeni prostor previše malen) ili bi ga nepotrebno otežao (npr. zato što je dobavljač zatražio da vozila budu postavljena uz prozore izložbenoga prostora), ne bi bila pokrivena odredbama Uredbe.

Pitanje br. 52: Može li dobavljač obvezati distributera da u svojem izložbenom prostoru postavi posebna žigovna obilježja ?

Dobavljač sve svoje distributere može obvezati na izlaganje ukrasa kojima se promiče marka, pod uvjetom da se time ne ograničava prodaja drugih marki. Npr. dobavljač bi mogao sve svoje distributere obvezati na postavljanje luksuznoga tepiha u dijelu izložbenoga prostora namijenjenoga izlaganju svoje marke ili na postavljanje simbola povezanih s njegovom markom koji se mogu vidjeti s ulice. Dobavljač također distributera može obvezati da njegova vozila izlaže samo u zgradama visoke kvalitete. No, dobavljač ne bi mogao od distributera koji želi prodavati i drugu marku zahtijevati da ima posebni ulaz za kupce druge marke. Jednako tako, ne bi mogao od distributera koji prodaje i marke konkurentske dobavljača zahtijevati da u potpunosti prilagodi unutrašnjost ili vanjski izgled izložbenoga prostora u skladu s markama.

5.3.3. Pravo na otvaranje dodatnih prodajnih mjesta (zabrana «lokacijske klauzule»)

Poslije 1. listopada 2005., Uredba 1400/2002¹²¹ ne pokriva obveze koje sprječavaju distributere putničkih vozila i lakih gospodarskih vozila u sustavima selektivne distribucije da otvaraju dodatna prodajna mjesta ili mjesta za isporuku na drugim područjima Zajedničkoga tržišta na kojima se primjenjuje selektivna distribucija. To distributerima omogućuje iskorištavanje novih poslovnih mogućnosti uspostavom fizičke nazočnosti u blizini potencijalnih kupaca, daleko od njihova prvotnoga prodajnog mjesta, uključujući i u blizini

¹¹⁸ Vidi točku preambule br. 27.

¹¹⁹ Članak 3. stavak 6.

¹²⁰ Vidi članak 5. stavak 1. točku (a) i članak 1. stavak 1. točku (b).

¹²¹ Vidi članak 5. stavak 2. točku (b) i članak 12. stavak 2.

kupaca u drugim državama članicama. Ova će sloboda ojačati tržišno natjecanje unutar jedne robne marke u cijeloj Europi, na korist potrošača, i omogućiti distributerima da prošire svoje poslovanje i postanu neovisniji u odnosu prema svojim dobavljačima. Time će se distributerima omogućiti da postanu distributeri novih motornih vozila na cijelome europskome prostoru.

Ograničenja za otvaranje dodatnih prodajnih mjesta su, unatoč tome, pokrivena Uredbom 1400/2002 kad je riječ o distributerima motornih vozila koja nisu putnička vozila i laka gospodarska vozila, tj. kad je riječ o velikim kamionima i onima srednje veličine te autobusima¹²². Pretpostavlja se da većina kupaca tih vozila takva vozila koristi u gospodarske svrhe te da, zbog toga, lakše mogu kupovati od distributera smještenog u nekom drugom području Zajedničkoga tržišta i da lakše ostvaruju pristup pogodnostima kod prodaje nego privatni kupci.

Uredba dopušta dobavljačima da distributerima u sustavima ekskluzivne distribucije zabrane otvaranje dodatnih prodajnih mjesta na tržištima koja pokrivaju takvi sustavi. No, budući da ti distributeri mogu prodavati nova vozila svim kupcima, uključujući i neovlaštenim preprodavačima na cijelome Zajedničkome tržištu, smatra se da će ti preprodavači uspoređivati različita tržišta i prepoznati dodatne poslovne prilike koje se pojavljuju na drugim područjima Zajedničkoga tržišta.

Pitanje br. 53: Kakvu vrstu prodajnih mjesta smije otvarati distributer koji djeluje u sustavu selektivne distribucije koji pokriva Uredba, nakon 1. listopada 2005.?

Poslije 1. listopada 2005. distributer koji djeluje u sustavu selektivne distribucije koji pokriva Uredba može otvarati dodatna prodajna mjesta ili mjesta za isporuku u drugim područjima Zajedničkoga tržišta na kojima dobavljač koristi selektivnu distribuciju.

Prodajno mjesto uključuje izložbeni prostor i potrebnu infrastrukturu za prodaju novih motornih vozila. To npr. može uključivati izložbeni prostor za izlaganje novih motornih vozila, potrebne urede, prodajno osoblje i probna vozila. Distributer koji vodi prodajno mjesto sam odlučuje hoće li nova vozila isporučivati na prodajnome mjestu ili drugdje.

Mjesto za isporuku je mjesto gdje se vozila koja su prodana na nekome drugome mjestu isporučuju (predaju) krajnjem potrošaču. Ono može uključivati potreban uredski prostor, prostor za skladištenje ili prostor na kojemu se automobili pripremaju za isporuku te osoblje potrebno za obavljanje isporuke. Distributeru mora biti dopušteno kombiniranje mjesta za isporuku i mjesta za prodaju, pod uvjetom da zadovoljava odgovarajuće kriterije za oba mjesta. Prema odredbama Uredbe, distributerima u sustavu selektivne distribucije trebalo bi biti dopušteno da aktivno prodaju nova motorna vozila¹²³. Distributeru se stoga ne smije zabraniti da istakne reklamne poruke na mjestu isporuke ili da dijeli raspoložive brošure o vozilima ili uslugama koje pruža.

Pitanje br. 54: Ako distributer u sustavu selektivne distribucije odluči otvoriti dodatno prodajno mjesto negdje drugdje, koje će standarde takvo novo mjesto morati zadovoljavati?

Morat će zadovoljiti iste standarde kao i slična prodajna mjesta na tome području. Npr. ako distributer u seoskom području odluči otvoriti dodatne prodajne prostore u glavnoj ulici

¹²² Vidi i odgovor na pitanje br. 16.

¹²³ Članak 4. stavak 1. točke (b) i (d).

velikoga grada, dobavljač ga može obvezati na zadovoljavanje istih standarda s obzirom na kvalitetu reklamnih oznaka i izlaganja vozila kao i postojeće prodajne prostore u tome području ili na sličnome gradskome području.

Ako distributer na nekome području smatra prikladnijim otvaranje mjesta za isporuku na nekome drugome području, to mjesto za isporuku morat će zadovoljiti iste standarde s obzirom na kvalitetu kao i druga mjesta za isporuku na tome području ili na sličnim područjima¹²⁴. No, dobavljač ne može zahtijevati npr. da mjesto isporuke zadovoljava istu razinu s obzirom na osoblje kao i izložbeni prostor jer bi to predstavljalo neizravno ograničenje aktivne prodaje i neizravni način ponovnog uvođenja lokacijske klauzule.

Pitanje br. 55: Može li distributer u sustavu selektivne distribucije zatvoriti svoje prvotno prodajno mjesto, na temelju kojega mu je dobavljač dao ovlaštenje, i premjestiti ga na neko drugo mjesto?

Ne može bez dopuštenja dobavljača, koji i dalje može, zajedno s distributerom, odlučivati o smještaju njegova prvotnoga prodajnoga mjesta. Dobavljači novih motornih vozila tako mogu osigurati da njihova mreža pokriva sva zemljopisna područja unutar Zajedničkoga tržišta.

Pitanje br. 56: Ako distributer u sustavu selektivne distribucije želi otvoriti dodatno mjesto za prodaju ili isporuku, mora li dobiti pristanak dobavljača i hoće li morati sklopiti novi ugovor o distribuciji s dobavljačem za to dodatno mjesto za prodaju ili isporuku?

Kako bi se mogla primijeniti Uredba, distributeru koji posluje u sustavu selektivne distribucije trebalo bi se dopustiti otvaranje dodatnih mjesta za prodaju ili isporuku bez potrebe traženja dobavljačeva dopuštenja. Stoga neće biti potrebno sklapanje dodatnih ugovora. Dobavljač može, unatoč tome, zahtijevati da dodatno mjesto za prodaju ili isporuku zadovoljava standarde kvalitete koji se primjenjuju na mjesta za prodaju ili isporuku iste vrste na istome zemljopisnome području.

Pitanje br. 57: Odakle distributer može nabavljati vozila koja prodaje na dodatnome prodajnome mjestu?

Distributer može vozila za dodatno prodajno mjesto nabavljati od istoga dobavljača (istih dobavljača) kao i za svoje prvotno (glavno) prodajno mjesto. Osim toga, on može slobodno nabavljati vozila od bilo kojega drugoga distributera ili trgovca na veliko marke o kojoj je riječ, bilo gdje u okviru Zajedničkoga tržišta.

Dobavljač će morati omogućiti distributeru da može kupiti dovoljne količine novih motornih vozila kako bi zadovoljio potražnju na svojem početnom (glavnom) prodajnom mjestu i na svim dodatnim prodajnim mjestima. Bilo kakvo ograničavanje nabave predstavljalo bi neizravno ograničavanje prava distributera da otvara dodatna prodajna mjesta na drugim područjima Zajedničkoga tržišta. Isto bi se smatralo i u ako veleprodajne cijene ili financijski poticaji ovise o tome da li je vozilo prodano na distributerovom početnom (glavnom) prodajnom mjestu ili na dodatnome prodajnome mjestu.

5.3.4. Dostava novih vozila distributeru

¹²⁴ Vidi točku preambule br. 29.

Pitanje br. 58: Može li distributer u sustavu selektivne distribucije biti spriječen pri nabavljanju vozila od drugoga ovlaštenoga distributera iste marke, s poslovnim nastanom u istoj ili drugoj državi članici?

Ne. Prema odredbama Uredbe, ovlaštene distributere u sustavu selektivne distribucije ne može se sprječavati da kupuju od ovlaštenih distributera s poslovnim nastanom bilo gdje u okviru Jedinственoga tržišta¹²⁵.

Pitanje br. 59: Može li dobavljač produljiti rokove isporuke za motorna vozila koja trebaju biti prodana stranim krajnjim korisnicima ili prodana na dodatnome prodajnome mjestu?

Takav sustav ograničavao bi (aktivnu i pasivnu) prodaju krajnjim korisnicima i bio bi ozbiljno ograničenje tržišnoga natjecanja.

5.3.5. Sporovi koji se odnose na ugovorne uvjete

U cilju poticanja brzoga rješavanja svih sporova koji bi se mogli pojaviti između stranaka ugovora o distribuciji, koji bi inače mogli sprječavati učinkovito tržišno natjecanje, takvi će ugovori moći uživati pogodnosti izuzeća samo ako svakoj stranki omogućavaju pravo na upućivanje spora neovisnome stručnjaku ili arbitru. Ovo pravo ne utječe na pravo svake stranke da pokrene postupak pred nacionalnim sudom¹²⁶.

Pitanje br. 60: U kojim uvjetima Uredba omogućuje upućivanje sporova između dobavljača i distributera neovisnome stručnjaku ili arbitru?

Uredba predviđa da svaki vertikalni ugovor mora svakoj stranki omogućiti pravo na upućivanje sporova glede ispunjavanja njihovih ugovornih obveza neovisnome stručnjaku, poput medijatora, ili arbitru. Ti se sporovi mogu odnositi, između ostaloga, na obveze pri nabavi, uspostavu i zadovoljavanje zahtjeva u pogledu zaliha ili dogovorenih prodajnih ciljeva, provedbu obveze omogućavanja korištenja probnih vozila, uvjeta za prodaju različitih robnih marki (multi-branding), pitanja da li zabrana poslovanja izvan ovlaštenoga mjesta poslovnoga nastana ograničava distributera motornih vozila koja nisu putnička vozila ili laka gospodarska vozila da proširi svoje poslovanje¹²⁷ te da li je poslana obavijest o raskidu ugovora, a osobito pitanje da li je raskid ugovora opravdan obrazloženjima koja su dana u obavijesti o raskidu¹²⁸.

Pitanje br. 61: Tko može biti neovisna treća strana (stručnjak) ili arbitar i kako bi neovisni stručnjak ili arbitar trebao biti imenovan?

Svaka osoba koju obje stranke smatraju kvalificiranom za tu svrhu može biti imenovana neovisnim stručnjakom ili arbitrom. Stranke slobodno odlučuju, ako tako zahtijeva situacija, koga će imenovati te hoće li imenovati jednu, dvije, tri ili više osoba da djeluju kao stručnjak(ci) ili arbitar(ri). No, nijedna stranka ne može jednostrano odlučiti o imenovanju stručnjaka ili arbitra. U slučaju neslaganja, stranke moraju usvojiti postupke imenovanja koji se i inače koriste u takvim slučajevima, poput imenovanja od strane predsjednika suda ili

¹²⁵ Članak 4. stavak 1. točka (c).

¹²⁶ Vidi točku preambule br. 11 i članak 3. stavak 6.

¹²⁷ Vidi točku preambule br. 18.

¹²⁸ Vidi točku preambule 11. i članak 3. stavak 6.

predsjednika trgovačke ili gospodarske komore. Preporučuje se da se u vertikalnome ugovoru navede koju vrstu postupka imenovanja stranke žele primjenjivati u slučaju da tako zahtijeva situacija.

5.3.6. Pravo distributera da odluči hoće li obavljati usluge popravka i održavanja

Za razliku od Uredbe 1475/95¹²⁹, nova Uredba ne dopušta proizvođačima da svoje distributere obvežu na pružanje usluga popravka i održavanja. Uredba distributerima dopušta da se specijaliziraju za distribuciju vozila, a to bi mogla biti posebno privlačna mogućnost onim distributerima koji žele prodavati nova vozila različitih proizvođača.

Ako distributer odluči da neće i sam obavljati popravke i održavanje vozila, dobavljač može od njega zahtijevati da sklopi podugovor za te usluge s ovlaštenim serviserom koji pripada mreži iste marke vozila¹³⁰. Kako bi sve postalo transparentnije za potrošače, proizvođač može od distributera zahtijevati i da pruži informacije o nazivu i adresi ovlaštenoga servisera o kojemu je riječ prije sklapanja ugovora o prodaji. Nadalje, ako se radionica za popravak ne nalazi u blizini izložbenoga prostora, dobavljač može od distributera zahtijevati i da svojim kupcima kaže koliko se daleko radionica nalazi od izložbenoga prostora; unatoč tome, on to može zahtijevati samo ako istu obvezu nametne i distributerima čije se radionice na nalaze u blizini prodajnog mjesta.

U skladu s odredbama podugovora, ovlaštenu serviser obvezuje se na suradnju kao neka vrsta povlaštenoga distributera partnera i na pružanje svih vrsta usluga poslije prodaje distributerovim klijentima. To uključuje uobičajene popravke i održavanje, ali i poštivanje garancija, popravke po povratu vozila ili besplatno servisiranje koje nudi proizvođač vozila preko svojih ovlaštenih servisera¹³¹.

Pitanje br. 62: Može li, u skladu s odredbama Uredbe, ovlaštenu distributer određene marke biti spriječen da bude i neovisni serviser te marke?

Ne. Unatoč tome, može se dogoditi da on, kao neovisni serviser, ne uživa iste pogodnosti kao ovlaštenu serviser. Još je važnije spomenuti da se može dogoditi da on nema pravo na novčanu naknadu od dobavljača za popravke koje je obavio na temelju garancije. Osim toga, možda će morati sklopiti podugovor o pružanju usluga popravka i održavanja pod garancijom za nova vozila koja prodaje s ovlaštenim serviserom u okviru proizvođačeve mreže.

5.3.7. Prijenos/prodaja distributerskog ugovora ili ovlasti za servisiranje

U cilju jačanja integriranja tržišta i omogućavanja distributerima i ovlaštenim serviserima da iskoriste dodatne poslovne prilike te prošire svoje poslovanje i postanu neovisniji, Uredba 1400/2002 predviđa da se njima mora dopustiti da kupuju druge poduzetnike iste vrste koji prodaju ili popravljaju istu marku motornih vozila. U tu svrhu, svaki vertikalni ugovor između dobavljača i distributera ili ovlaštenoga servisera mora potonjem omogućiti pravo da sva svoja prava i obveze prenese, po svojem izboru, na bilo kojeg poduzetnika iste vrste koji obavlja prodaju i popravke iste marke motornih vozila u sustavu distribucije¹³².

¹²⁹ Vidi posebno odredbe članka 4. stavka 1., točke 1. i 6. te članak 5. stavak 1. točke (a) i (b).

¹³⁰ Članak 4. stavak 1. točka (g).

¹³¹ Vidi točku preambule br. 17.

¹³² Točka preambule br. 10 i članak 3. stavak 3.

Pitanje br. 63: Može li dobavljač spriječiti distributera da svoj posao proda drugome distributeru unutar iste proizvođačeve mreže?

Kako bi se mogle iskoristiti pogodnosti koje pruža Uredba 1400/2002, ugovori o distribuciji novih motornih vozila moraju sadržavati odredbu prema kojoj dobavljač dopušta prijenos vlasništva nad poslovanjem, sa svim pripadajućim pravima i obvezama, drugome distributeru u proizvođačevoj mreži¹³³.

Npr. proizvođač vozila A ima ugovore o distribuciji, sukladne Uredbi, sklopljene s Dupontom u Parizu i sa Smithom u Londonu. Franco S. A. vlasnik je Duponta i upravlja njime, a Anglo Plc vlasnik je Smitha i njime upravlja. Ako Anglo želi Smith¹³⁴ prodati društvu Franco, tome se ne može usprotiviti ni proizvođač A niti njegov uvoznik¹³⁵. U ovome primjeru i Franco i Anglo smatraju se «distributerima» u smislu odredaba Uredbe, jer je riječ o povezanim poduzetnicima Duponta i Smitha.

Pitanje br. 64: Može li dobavljač distributera spriječiti da proda svoje poslovanje drugome distributeru kojemu je poslana obavijest o raskidu ugovora?

Ako se želi postići da ugovor o distribuciji bude pokriven Uredbom, dobavljač ne može spriječiti prijenos poslovanja, pod uvjetom da distributer kojemu je poslana obavijest zadovoljava sve kriterije kvalitete koje propisuje dobavljač.

Pitanje br. 65: Može li dobavljač čiji je ugovor o distribuciji pokriven Uredbom spriječiti distributera kojemu je poslana obavijest o raskidu ugovora da svoje poslovanje prenese na drugoga distributera?

Ne. Uredba ne pokriva takvo ograničenje. No, ovakav prijenos neće promijeniti činjenicu da ugovor o distribuciji koji se prenosi prestaje važiti nakon proteka roka za slanje obavijesti o njegovu raskidu. Stoga će distributer dobiti taj dodatni posao na ograničeno vremensko razdoblje - do isteka roka za slanje obavijesti.

Pitanje br. 66: U skladu s odredbama Uredbe, može li se distributera spriječiti da svoju koncesiju prenese na ovlaštenoga serviseru?

Da. Pravo prodaje postoji samo s obzirom na prijenos članu mreže iste vrste, tj. distributer distributeru, ovlaštenu serviseru ovlaštenome serviseru¹³⁶.

5.3.8. Okončanje ugovora o distribuciji

Pitanje br. 67: Predviđa li Uredba minimalni rok trajanja ugovora o distribuciji?

U skladu s odredbama Uredbe, ugovor se može sklopiti na neodređeno vrijeme¹³⁷ ili na određeno vrijeme¹³⁸. Ako je riječ o ugovoru s određenim trajanjem, to vremensko razdoblje

¹³³ Uključujući distributere koje je proizvođač ovlastio u drugim državama članicama EU-a.

¹³⁴ Nije važno da li je Smith društvo kapitala čiji se većinski udio u kapitalu prenosi, ili je riječ o jednostavnijem pravnom obliku pa se njegova prodaja obavlja kao prodaja poduzeća, sa svom imovinom, pravima i obvezama.

¹³⁵ Npr. pozivanjem na ugovornu odredbu o npr. «promjeni vlasništva», kojom bi se dobavljaču omogućilo da se suprotstavi takvome prijenosu vlasništva.

¹³⁶ Članak 3. stavak 3. i točka preambule br. 10.

¹³⁷ Drugim riječima, ugovor ne sadrži odredbu o prestanku važenja.

¹³⁸ Članak 3. stavak 5.

ne može biti kraće od pet godina. U svrhe ove Uredbe, petogodišnji ugovor kojeg svaka stranka ima pravo raskinuti tijekom njegova trajanja¹³⁹ smatra se ugovorom na određeno vrijeme, na manje od pet godina.

Pitanje br. 68: Predviđa li Uredba minimalne rokove za slanje obavijesti o raskidu ugovora?

Stranka koja ne želi obnoviti ugovor na određeno vrijeme mora drugu stranku obavijestiti o svojoj namjeri šest mjeseci prije prestanka važenja ugovora¹⁴⁰.

Stranka koja želi raskinuti ugovor na neodređeno vrijeme obično o svojoj namjeri mora obavijestiti drugu stranku najmanje dvije godine unaprijed. No, ako dobavljača zakon ili poseban ugovor obvezuje na plaćanje odgovarajuće naknade zbog raskida ugovora, ili ako želi raskinuti ugovor zbog reorganizacije cijele svoje mreže ili njezina bitnoga dijela, obavijest o raskidu mora poslati najmanje godinu dana unaprijed¹⁴¹.

Potreba reorganizacije može se pojaviti zbog ponašanja konkurencije ili zbog drugih gospodarskih promjena, bez obzira na to jesu li one motivirane unutarnjim odlukama proizvođača ili vanjskim utjecajima, npr. zbog prestanka društva koje je zapošljavalo veliki broj radnika na određenome području. Zbog različitih situacija koje se mogu pojaviti, bilo bi nerealno sastaviti popis sa svim mogućim razlozima reorganizacije.

Pitanje da li je potrebno reorganizirati mrežu objektivno je pitanje, a činjenica da dobavljač reorganizaciju smatra potrebnom ne rješava problem u slučaju spora. U tome slučaju sudac nacionalnoga suda ili arbitar trebaju presuditi na temelju okolnosti.

Pitanje da li je riječ o «bitnome dijelu» mreže mora se riješiti u svjetlu specifične organizacije proizvođačeve mreže, u svakome pojedinačnome slučaju. «Bitno» podrazumijeva kako ekonomski, tako i zemljopisni aspekt, koji mogu u nekoj državi članici biti ograničeni na mrežu ili na neki njezin dio.

Pitanje br. 69: Postoje li izvanredne okolnosti u kojima stranka vertikalnoga sporazuma koji je sukladan Uredbi može raskinuti sporazum bez prethodne obavijesti?

Imaju li stranke pravo raskinuti ugovor u svako doba, bez najave, ako druga stranka ne ispunjava neku od svojih temeljnih obveza, pitanje je koje ovisi o nacionalnom pravu. Stranke moraju zajednički utvrditi da li je razlog za raniji raskid dovoljan, a u slučaju neslaganja, spor upućuju na rješavanje neovisnome stručnjaku ili arbitru i/ili odgovarajućem sudu, u skladu s nacionalnim pravom¹⁴².

Pitanje br. 70: Obvezuje li Uredba dobavljača na pružanje opravdanih razloga za raskid ugovora s distributerom ili ovlaštenim serviserom?

Kako bi mogao koristiti prednosti Uredbe, dobavljač koji želi raskinuti sporazum s distributerom mora u pisanome obliku navesti detaljne, objektivne i transparentne razloge¹⁴³.

¹³⁹ Ako nije riječ o neispunjavanju osnovnih obveza.

¹⁴⁰ Članak 3. stavak 5. točka (a). Posljedice neobavješćavanja moraju se procjenjivati u skladu s nacionalnim pravom.

¹⁴¹ Članak 3. stavak 5. točka (b).

¹⁴² Članak 3. stavak 6.

¹⁴³ Članak 3. stavak 4.

Ovaj je uvjet uveden kako bi se spriječila mogućnost da dobavljač raskine ugovor zato što se distributer ili serviser ponaša konkurentski, npr. aktivnom ili pasivnom prodajom stranim kupcima, prodajom marki drugih dobavljača ili sklapanjem podugovora za popravke i održavanje.

U slučaju spora, arbitar ili nacionalni sud odlučuje o tome da li navedeni razlozi opravdavaju raskid ugovora s distributerom te, između ostaloga, bira odgovarajuće mjere za popravljavanje situacije ako razlozi ne opravdavaju raskid. Pri donošenju odluke o tome da li su razlozi za raskid utemeljeni, arbitar ili sudac može uzeti u obzir brojne elemente, uključujući i sam ugovor s distributerom, obveze koje nameće nacionalno ugovorno pravo te tekst Uredbe.

Uredba navodi brojne vrste ponašanja distributera koje dobavljač ne smije zabranjivati. Kad bi dobavljač, umjesto da ih zabrani, takvo ponašanje nastojao spriječiti raskidom ugovora s distributerom, to bi predstavljalo ozbiljno neizravno ograničenje tržišnoga natjecanja i značilo bi da ugovor o distribuciji više ne može biti pokriven izuzećem. Pitanje da li je dobavljač odlučio raskinuti ugovor zbog razloga koje navodi u obavijesti o raskidu ili zato da bi spriječio konkurentsko ponašanje, pitanje je na koje odgovor mora dati neovisna treća strana, arbitar ili sudac nacionalnoga suda.

Pitanje br. 71: Mora li dobavljač navesti razloge pri slanju obavijesti da ne namjerava obnoviti ugovor na određeno vrijeme?

Ne. Uredba od dobavljača ne traži navođenje razloga ako on ne želi obnoviti ugovor na određeno vrijeme¹⁴⁴.

5.4. Ovlašteni serviseri

Ovlašteni serviser definiran je u članku 1. stavku 1. točki (l) Uredbe. Riječ je o poduzetniku koji pripada mreži «službenih» pružatelja usluga popravka i održavanja koju je uspostavio dobavljač (proizvođač vozila ili njegov uvoznik). Izraz «ovlašteni serviser» je nov, jer prema odredbama Uredbe 1475/95, prodaju vozila na malo, popravak i održavanje vozila obično su obavljali, u okviru dobavljačevih mreža, isti poduzetnici, najčešće poznati pod nazivom «dileri». Uredba 1400/2002, naprotiv, temelji se na različiteme konceptu: distribucija novoga motornoga vozila i pružanje usluga popravka i održavanja više nisu strogo povezani i mogu ih obavljati različiti poduzetnici.

Uredba 1400/2002 stoga dobavljačima ne dopušta distributerima da nametnu obvezu pružanja usluga popravka i održavanja¹⁴⁵, niti da svoje ovlaštene servisere obvežu na distribuciju novih motornih vozila¹⁴⁶. Uredba pokriva dobavljačevo korištenje kvantitativne selektivne distribucije ili ekskluzivne distribucije za njegovu mrežu ovlaštenih servisera do tržišnoga udjela od 30%.¹⁴⁷ Ako je riječ o ovlaštenim mrežama servisera koje prelaze taj prag, Uredba pokriva samo kvalitativnu selekciju ovlaštenih servisera¹⁴⁸.

¹⁴⁴ Unatoč tome, možda postoje odredbe u okviru građanskoga prava u nekim državama članicama prema kojima se moraju navesti razlozi.

¹⁴⁵ Vidi članak 4. stavak 1. točku (g). Vidi i točku preambule br. 22, u kojoj se objašnjava važan aspekt vrlo ozbiljnih ograničenja iz članka 4. stavka 1. točaka (g) i (h) te u kojoj se izričito spominju bilo kakve izravne ili neizravne obveze ili poticaji koji vode povezivanju djelatnosti prodaje i servisiranja ili koje obavljanje jedne od tih djelatnosti čine ovisnom o obavljanju druge.

¹⁴⁶ Članak 4. stavak 1. točka (h).

¹⁴⁷ Članak 3. stavak 1. točka 1.

¹⁴⁸ Članak 3. stavak 1. točka 3.

5.4.1. Kako postati ovlašteni serviser

Pitanje br. 72: Mora li dobavljač novih motornih vozila dopustiti serviseru da postane član njegove mreže ovlaštenih serviseru?

U načelu, dobavljač može slobodno birati članove svoje mreže. No, ako dobavljač želi da njegovi ugovori budu pokriveni Uredbom, odgovor na ovo pitanje ovisi o tržišnom udjelu dobavljačeve mreže ovlaštenih serviseru u odnosu na broj popravaka koji se obavljaju na svim motornim vozilima marke o kojoj je riječ. Ako tržišni udio nije viši od 30%, dobavljač svoju mrežu ovlaštenih serviseru može temeljiti bilo na kvantitativnoj selektivnoj distribuciji, bilo na ekskluzivnoj distribuciji, a može odlučiti da neke servisere ne imenuje ovlaštenim serviserima iako oni zadovoljavaju kriterije s obzirom na kvalitetu.

Ako tržišni udio ovlaštene mreže serviseru marke o kojoj je riječ prelazi 30%, Uredba pokriva samo kvalitativnu selektivnu distribuciju. Ako dobavljač želi da njegov ugovor o distribuciji bude pokriven Uredbom, on svojim ovlaštenim serviserima može nametnuti samo kriterije kvalitete i mora dopustiti svim serviserima koji te kriterije zadovoljavaju da posluju kao ovlašteni serviseri, uključujući i ovlaštene distributere čiji su ugovori raskinuti, a oni žele nastaviti poslovati u svojstvu ovlaštenih serviseru.

Pitanje br. 73: Mora li dobavljač svim zainteresiranim serviserima obznaniti svoje kriterije ako primjenjuje kvalitativnu selektivnu distribuciju?

Da. Kada dobavljači ne bi objavili svoje kriterije s obzirom na kvalitetu, serviseri ne bi imali načina da saznaju da li ih ispunjavaju i ne bi to mogli dokazati. Preporučuje se dobavljačima da te uvjete daju na raspolaganje svakome serviseru na njegov zahtjev ili čak da ih objave, npr. na Internetu.

Pitanje br. 74: Na koji način dobavljač, čija se mreža ovlaštenih serviseru temelji isključivo na kvalitativnim kriterijima, mora primjenjivati te kriterije?

Dobavljač koji utvrđuje kvalitativne kriterije za svoju mrežu ovlaštenih serviseru iste kriterije mora primjenjivati na isti način prema svim serviserima. To znači osobito sljedeće:

- Čim serviser zadovolji te kriterije, mora biti primljen kao ovlašteni serviser. No, dobavljač može provjeriti da li serviser zadovoljava te kriterije prije nego što s njime sklopi ugovor;
- Kriteriji moraju biti isti za ovlaštene servisere koji, u svojstvu dilera, prodaju nova motorna vozila relevantne marke i za one koji to ne čine. Dobavljač mora osobito omogućiti svim ovlaštenim serviserima da poštuju garancije, obavljaju besplatno servisiranje i obavljaju posao povezan s povratom vozila u slučaju svih motornih vozila marke o kojoj je riječ, koja se prodaju na Zajedničkom tržištu¹⁴⁹

5.4.2. Zabrana lokacijske klauzule za ovlaštene servisere

¹⁴⁹ Vidi točku preambule br. 17.

Pitanje br. 75: Pokriva li Uredba ograničenje mogućnosti ovlaštenoga serviseru u sustavu selektivne distribucije da slobodno odluči gdje će otvoriti svoju radionicu ili svoje dodatne prostore?

Ne. Takvo ograničenje nije pokriveno Uredbom. Ovlašteni serviser mora slobodno odlučivati o mjestu na kojemu će otvoriti radionicu i o lokaciji svakoga dodatnoga prostora u kojemu pruža usluge popravka i održavanja¹⁵⁰.

5.4.3. Rezervni dijelovi i ovlašteni serviser

Molimo Vas da pročitate i Poglavlje br. 7. ove brošure.

Pitanje br. 76: Smije li dobavljač vozila nastojati spriječiti ovlaštenoga serviseru da nabavlja originalne rezervne dijelove izravno od proizvođača?

Ne. To bi bilo ozbiljno ograničavanje tržišnoga natjecanja¹⁵¹.

Pitanje br. 77: Smije li dobavljač obvezati ovlaštenoga serviseru da svoje klijente obavještava da li koristi originalne rezervne dijelove ili rezervne dijelove koji im po kvaliteti odgovaraju?

Osim ako je riječ o radovima pod garancijom, kada dobavljač smije zahtijevati korištenje rezervnih dijelova koje on sam dostavlja, smatra se da je riječ o zabranjenom ograničenju ako dobavljač koristi obvezu obavještavanja klijenata serviseru o tome da li se rabe originalni rezervni dijelovi ili rezervni dijelovi odgovarajuće kvalitete te da je riječ o sredstvu izravnoga ili neizravnoga ograničavanja prava ovlaštenoga serviseru da kupuje i koristi takve rezervne dijelove. Dobavljač osobito ne smije koristiti takvu obvezu kako bi kod potrošača stvorio dojam da su ti rezervni dijelovi slabije kvalitete od originalnih rezervnih dijelova koje dostavlja proizvođač vozila.

Pitanje br. 78: Smije li ovlašteni serviser biti obvezan da obavlja popravke pod garancijom, besplatno servisiranje i poslove vezane uz povrat vozila uz korištenje originalnih rezervnih dijelova koje dostavlja dobavljač vozila?

Da. U članku 4. stavku 1. točki (k) stoji da dobavljač vozila može ugovoriti da dijelovi koje on dostavlja moraju biti korišteni za spomenute poslove popravka¹⁵². No, kad je riječ o uobičajenom popravku ili održavanju motornoga vozila, koji se za klijenta ne obavlja besplatno (npr. servis automobila nakon prijeđenih 30.000 km), dobavljač vozila ne smije zahtijevati korištenje originalnih rezervnih dijelova koje on dostavlja jer bi to bilo ograničavanje slobode ovlaštenoga serviseru da koristi originalne rezervne dijelove ili rezervne dijelove jednake kvalitete drugih dobavljača za takvo održavanje i servis¹⁵³.

Pitanje br. 79: Smije li dobavljač obvezati ovlaštenoga serviseru da koristi isključivo rezervne dijelove marke toga dobavljača?

¹⁵⁰ Članak 5. stavak 3.

¹⁵¹ Vidi članak 4. stavak 1. točku (k).

¹⁵² Popravicima pod garancijom smatra se zamjena slomljenih ili neispravnih dijelova vozila.

¹⁵³ Vidi članak 4. stavak 1. točku (k).

Takvi dogovori, poznati pod nazivom zabrana konkuriranja¹⁵⁴, koje sklapaju ovlaštene serviseri i dobavljač vozila ili ovlaštene serviseri i dobavljač rezervnih dijelova, ne bi mogli koristiti pogodnosti skupnoga izuzeća. No, obveza korištenja rezervnih dijelova određene marke do 30%¹⁵⁵ kupovine konkurentskih rezervnih dijelova ovlaštenoga serviseru ne smatra se zabranom konkuriranja i bila bi pokrivena odredbama Uredbe¹⁵⁶ ako ovlaštene serviseri slobodno kupuje tu robu od dobavljača ili od drugih izvora koje dobavljač odredi, npr. u vidu unakrsne nabave s drugim ovlaštenim distributerima ili serviserima¹⁵⁷.

Pitanje br. 80: Pokriva li Uredba sporazum u kojemu dobavljač vozila ovlaštenoga serviseru obvezuje na držanje rezervnih dijelova za vozila različitih marki u posebnim dijelovima radionice?

Ne. To bi bilo neizravno ograničavanje prava ovlaštenoga serviseru da popravljaju vozila drugih marki. Takvo ograničenje nije pokriveno odredbama Uredbe¹⁵⁸. Dobavljač ipak može obvezati ovlaštenoga serviseru da uspostavi sustav i red pri skladištenju rezervnih dijelova.

Pitanje br. 81: Smije li dobavljač vozila nastojati spriječiti ovlaštenoga serviseru da prodaje originalne rezervne dijelove neovisnim serviserima?

Ne. To bi bilo ozbiljno ograničavanje tržišnoga natjecanja¹⁵⁹.

5.4.4. Zabrana konkuriranja za ovlaštene servisere

Pitanje br. 82: Pokriva li Uredba situaciju u kojoj dobavljač vozila ovlaštenoga serviseru sprječava da popravljaju vozila različitih marki u istoj radionici?

Ne. Takvo ograničenje, izravno ili neizravno, nije pokriveno odredbama Uredbe¹⁶⁰.

5.4.5. Prijenos ovlasti za servisiranje

Pitanje br. 83: Ima li ovlaštene serviseri pravo na prodaju svoje radionice dileru/distributeru?

Kako bi mogao koristiti pogodnosti koje pruža Uredba, ugovor između dobavljača i distributera ili ovlaštenoga serviseru mora predvidjeti da distributer ili serviser imaju pravo prenijeti sva svoja prava i obveze na bilo kojega poduzetnika *iste vrste djelatnosti* po svojem izboru, koji prodaje ili popravljaju istu marku motornih vozila unutar sustava distribucije¹⁶¹.

Stoga ovlaštene serviseri mora slobodno odlučivati hoće li svoje poslovanje prodati drugome serviseru koji je ovlašten za popravak vozila iste marke¹⁶². No, dobavljač ne mora ovlaštenome serviseru dopustiti da svoju radionicu proda dileru, jer diler nije poduzetnik *iste vrste*. Unatoč tome, ako diler kojemu serviser želi prodati svoju ovlast za popravljavanje u isto

¹⁵⁴ Vidi članak 1. stavak 1. točku (b) i članak 5. stavak 1. točku (a).

¹⁵⁵ Izračunato na temelju vrijednosti njegovih kupovina konkurentske robe u prethodnoj kalendarskoj godini.

¹⁵⁶ Vidi članak 1. stavak 1. točku (b).

¹⁵⁷ Članak 4. stavak 1. točke (b) i (c).

¹⁵⁸ Vidi članak 5. stavak 1. točku (b).

¹⁵⁹ Vidi članak 4. stavak 1. točku (i).

¹⁶⁰ članak 5. stavak 1. točka (b).

¹⁶¹ Članak 3. stavak 3. i točka preambule br. 10.

¹⁶² Članak 3. stavak 3.

vrijeme posluje i kao ovlaštenu serviser za marku vozila o kojoj je riječ, dobavljač se toj prodaji ne smije usprotiviti.

5.5. Neovisni operateri na tržištu poslije prodaje

Jedan od glavnih ciljeva Uredbe 1400/2002 jest stvoriti uvjete za učinkovito tržišno natjecanje na tržištima popravka i održavanja vozila te omogućiti svim operaterima na tim tržištima, uključujući i neovisnim serviserima, da ponude usluge visoke kvalitete. Učinkovito tržišno natjecanje je u interesu svih potrošača i omogućuje im da biraju između pružatelja usluga popravka i održavanja, uključujući i između onih koje je ovlastio proizvođač vozila te onih koji su neovisni.

5.5.1. Pristup tehničkim informacijama

Kako bi tržišno natjecanje bilo učinkovito, svi neovisni operateri uključeni u popravak i održavanje moraju imati pristup istim tehničkim informacijama, obuci, alatima i opremi, kao i ovlaštenu serviseri. Pristup korišten u Uredbi 1400/2002¹⁶³ širi je od onoga koji je korišten u Uredbi 1475/95¹⁶⁴ s obzirom na operatere koji imaju pravo na pristup i na elemente do kojih im mora biti omogućen pristup.

Pristup se mora omogućiti bez diskriminacije¹⁶⁵, na brz i proporcionalan način, pri čemu moraju biti uzete u obzir potrebe neovisnoga operatera o kojemu je riječ; pristup mora biti omogućen u obliku koji se može iskoristiti.

Smatralo bi se zlouporabom uskraćivanje pristupa informacijama koje pokriva pravo intelektualnoga vlasništva ili koje predstavljaju know-how u okolnostima u kojima bi takvo uskraćivanje vodilo zlouporabi vladajućega položaja u skladu s odredbama članka 82.

Pitanje br. 84: Tko ispunjava uvjete potrebne da postane neovisni operater, u skladu s odredbama Uredbe?

Članak 4. stavak 2. Uredbe donosi neiscrpni popis onih koji se moraju smatrati «neovisnim operaterima». Općenito govoreći, u svrhe Uredbe, neovisni operater je poduzetnik¹⁶⁶ koji je izravno ili neizravno uključen u popravak ili održavanje motornih vozila¹⁶⁷. Neovisni operateri koji su izravno uključeni u popravak ili održavanje uključuju neovisne servisere (npr. limari, neovisni vlasnici radionica, lanci za brzo sklapanje), službe za pomoć na cesti i automobilske klubovi. Oni za koje se smatra da su neizravno uključeni u popravak i održavanje uključuju izdavače tehničkih informacija, distributere rezervnih dijelova, proizvođače opreme ili alata za popravak i operatere koji nude usluge ispitivanja ili pružaju usluge obuke za servisere, budući da svi oni olakšavaju rad serviserima.

Pitanje br. 85: Tko mora omogućiti pristup tehničkim informacijama?

¹⁶³ Vidi članak 4. stavak 2.

¹⁶⁴ Vidi članak 6. stavak 1. točku 12. Uredbe 1475/95.

¹⁶⁵ Ne smije biti diskriminacije između neovisnih i ovlaštenih serviseri.

¹⁶⁶ Izraz «poduzetnik» može uključivati fizičku ili pravnu osobu (pojedinaac, udruga, društvo)

¹⁶⁷ To npr. nije slučaj kad je riječ o stručnjacima koji su uključeni u analize prometnih nezgoda ili proizvođačima koji žele proizvoditi rezervne dijelove.

Dobavljač novih motornih vozila¹⁶⁸ odgovoran je za potrebne dogovore kojima se neovisnim operaterima omogućuje spomenuti pristup. No, smatra se da je ta obveza poštovana ako dobavljač odgovornost za omogućavanje pristupa prenese na poduzetnika kojemu je proizvođač vozila povjerio zadatak distribuiranja tehničkih informacija, poput nacionalnog uvoznika marke vozila o kojemu je riječ.

Pitanje br. 86: Kojoj bi vrsti tehničkih informacija neovisni operater trebao imati pristup?

Neovisni operateri moraju imati pristup istim tehničkim informacijama kao i ovlaštene serviseri. To se odnosi na sve informacije koje su potrebne za obavljanje popravaka i održavanja¹⁶⁹, uključujući potreban pristup elektroničkim sustavima na vozilu i sustavima za dijagnostičiranje. To se odnosi i na informacije u obliku prirodnoga govora¹⁷⁰, kao i na elektroničke podatke. Ako proizvođač pruža tehničku pomoć svojim ovlaštenim serviserima putem telefona ili interneta, takva pomoć mora biti pružena i neovisnim operaterima.

Pitanje br. 87: Kojim bi vrstama alata i opreme neovisni operater trebao imati pristup?

Neovisni operateri moraju imati pristup istim alatima kao i ovlaštene serviseri. To uključuje ručne i strojne alate, računalne programe i hardware¹⁷¹, dijagnostičku i drugu opremu potrebnu za usluge popravka i održavanja. Ako dobavljač iznajmljuje alate ovlaštenim serviserima, ista mogućnost mora postojati i za neovisne operatere.

Pitanje br. 88: Ima li neovisni operater pravo na obuku?

Neovisni operateri moraju imati pristup istoj tehničkoj obuci koja je potrebna za pružanje usluga popravka i održavanja kao i ovlaštene serviseri. To uključuje obuku putem Interneta i onu za koju je potrebna nazočnost mehaničara ili tehničara.

Pitanje br. 89: Može li dobavljač naplaćivati pružanje tehničkih informacija, alata i obuke?

Da, ali cijena ne bi smjela biti viša od one koja vrijedi za ovlaštene servisere. Ako se nešto od spomenutoga ovlaštenim serviserima pruža besplatno, trebalo bi se pružati besplatno i neovisnim operaterima.

Pitanje br. 90: Može li dobavljač neovisnome operateru naplatiti dostavu velikoga paketa informacija, ako spomenuti od njega traži samo informaciju potrebnu za obavljanje određenoga posla?

Ne¹⁷². Kod cijene koja se naplaćuje za pružanje informacija trebalo bi se uzimati u obzir na koji način neovisni operater te informacije namjerava iskoristiti¹⁷³ i ne bi smjela biti toliko visoka da ga obeshrabri pri traženju informacije. Iako se informacije ovlaštenim serviserima obično dostavljaju u obliku opsežnih dokumenata, neovisnim operaterima mora biti omogućeno da kupe malene pakete ili samo pojedine informativne module. Ako npr. serviser

¹⁶⁸ Vidi članak 4. stavak 2. točka 1.

¹⁶⁹ Pristup se odnosi samo na informacije potrebne za djelatnosti popravka i održavanja. Stoga pristup ne mora biti omogućen obuci za npr. upravljanje radionicom za servisiranje ili za vođenje računovodstvenoga sustava.

¹⁷⁰ Bez obzira da li je riječ o tiskanome tekstu, zabilježenome govoru ili se čuvaju u elektroničkom obliku.

¹⁷¹ Uključujući hardware i software potreban za rad i reprogramiranje elektroničkih sustava u vozilu.

¹⁷² Članak 4. stavak 2. i točka preambule br. 26.

¹⁷³ Točka preambule br. 26.

želi servisirati određeni model vozila, on ne bi smio biti prisiljen da plati informacije za servisiranje svih modela vozila toga proizvođača. Ako operater «za brzo montiranje» želi znati koji je ispravan tlak guma za sve modele vozila, ne bi smio biti prisiljen na kupovanje informacija koje se ne odnose na gume.

Pitanje br. 91: U kojem vremenskom roku neovisni operater ima pravo dobiti informacije?

Informacije se neovisnim operaterima moraju dostaviti jednako brzo kao i ovlaštenim serviserima¹⁷⁴. Stoga nije dopustivo da dobavljači informacije neovisnim operaterima dostavljaju tek nakon što su ih dostavili ovlaštenim serviserima. Dobavljači moraju učiniti sve što je potrebno s obzirom na infrastrukturu i osoblje kako bi to mogli postići. Ako su informacije već dostavljene svim ovlaštenim serviserima, one moraju biti dostavljene na zahtjev neovisnih operatera dovoljno brzo kako bi oni mogli obaviti popravak bez nepotrebnoga čekanja njihova klijenta. Ako se tehničke informacije obično dostavljaju ovlaštenim serviserima putem pojedinačnih računalnih veza ili na način koji neovisni operateri obično ne koriste, moraju im biti dostavljene, na njihov zahtjev, putem nekoga drugoga brzoga elektroničkoga sredstva poput elektroničke pošte ili mogućnosti preuzimanja informacija s Interneta.

Informacije o novim modelima trebale bi biti na raspolaganju neovisnim operaterima u istome trenutku kad i ovlaštenim serviserima.

Pitanje br. 92: Mogu li izdavači tehničkih informacija redistribuirati tehničke informacije koje su primili od dobavljača motornoga vozila?

Izdavači tehničkih informacija obično prikupljaju informacije od raznih dobavljača i objavljuju ih u standardiziranome formatu koji neovisni serviseri mogu lako koristiti, pa se time pojednostavljuje pristup. To je posebno važno za male, neovisne operatere koji popravljaju motorna vozila različitih proizvođača i kojima bi izravno pristupanje sustavima različitih proizvođača vozila moglo biti previše teško ili zamršeno.

Pitanje br. 93: U skladu s odredbama Uredbe, može li neovisni distributer rezervnih dijelova zahtijevati od proizvođača da mu dopusti preprodaju informacija?

Kao i izdavači tehničkih informacija, neovisni preprodavači rezervnih dijelova imaju pravo na pristup tehničkim informacijama za vlastitu uporabu; drugim riječima, za to da bi mogli učinkovito i na ispravan način prodavati rezervne dijelove. Bez takvoga pristupa, oni ne bi mogli svoje kupce, servisere, obavještavati o tome koji su rezervni dijelovi potrebni za obavljanje pojedinoga posla.

Kada takve informacije nisu raspoložive na prodajnome mjestu, neovisni serviseri morali bi ih pribavljati od dobavljača motornih vozila. To bi zahtijevalo više vremena i bilo bi zamršenije, a neovisne bi servisere dovelo u tržišno nepovoljniji položaj u usporedbi s ovlaštenim serviserima, koji iz istoga izvora dobivaju i rezervne dijelove i tehničke informacije. Kad bi dobavljač odbio neovisnim distributerima rezervnih dijelova dati pravo da preprodaju tehničke informacije, time bi spriječio učinkovito tržišno natjecanje između neovisnih i ovlaštenih serviseri i izazvao ozbiljno neizravno ograničenje tržišnoga natjecanja¹⁷⁵.

¹⁷⁴ Točka preambule br. 26.

¹⁷⁵ Članak 4. stavak 2. Uredbe.

Pitanje br. 94: Postoje li bilo kakve posebne okolnosti u kojima dobavljač može odbiti pristup tehničkim informacijama?

Kao izuzetak od općega pravila, u Uredbi¹⁷⁶ stoji da je dopušteno i prikladno da dobavljač uskrati pristup tehničkim informacijama koje bi trećoj strani mogle omogućiti da zaobiđe ili neutralizira protuprovalne uređaje u vozilima, prenamijeni elektroničke uređaje¹⁷⁷ ili da promijeni način rada npr. uređaja koji ograničavaju brzinu vozila.

Unatoč tome, jasno je da će mnogi neovisni operateri redovito biti u situacijama u kojima je pristup toj vrsti informacija potreban za obavljanje njihova posla. Operateri koji pružaju usluge pomoći na cesti¹⁷⁸ npr. moraju imati mogućnost za obavljanje svojega posla bez nepotrebnih poteškoća. Informacije kojima raspolaže Komisija pokazuju da se veliki postotak poziva za pružanje pomoći odnosi na potrošače koji ne mogu pokrenuti svoje vozilo iako posjeduju ključ za pokretanje vozila. Drugi česti problem na koji nailaze potrošači jest zaključano vozilo s ključem koji je ostao u njemu. Jasno je da u takvim okolnostima operateri koji pružaju pomoć na cesti moraju imati informacije nužne da učine sve što je potrebno kako bi potrošaču omogućili da opet koristi svoje vozilo, čak i u slučaju da je vozilo opremljeno elektroničkim protuprovalnim uređajem. Na isti način, neovisni serviseri mogu doći u situaciju u kojoj ne mogu servisirati vozilo bez pristupa toj vrsti informacija. Jedan bi primjer mogao biti uklanjanje akumulatora ili elektroničke komponente prigodom rutinskoga održavanja koje izaziva uključivanje sustava za sprječavanje pokretanja vozila u slučaju krađe.

Stoga se ovi izuzeci ne smiju tumačiti previše strogo, a dobavljači smiju uskratiti pristup samo informacijama koje se tiču uređaja ove vrste ako ne postoje manje restriktivni načini za postizanje zaštite od krađe, prenamijene ili promjene načina rada uređaja. Manje restriktivna metoda mogla bi biti zaštita uređaja za ograničavanje brzine pomoću posebnih pristupnih kodova ili šifriranja kojim bi se spriječila bilo kakva izmjena relevantnoga standardnoga hardwarea i softwarea, a omogućila bi neovisnome serviseru da instalira najnovije inačice softwarea tijekom popravka i održavanja.

Kad je riječ o zaštiti od krađe, jasno je da bi se takve informacije mogle pružiti operaterima za pružanje pomoći na cesti i neovisnim serviserima na način da ih može koristiti samo netko tko ima potrošačev ključ za pokretanje vozila. Alternativni sigurni način prijenosa informacija potrebnih za održavanje i popravak motornoga vozila mogla bi biti uporaba informatičke veze kompatibilne sa zahtjevima ISO DIS 15764 za sigurnost prijenosa informacija ili tzv. «pass-through-programming techniques» (tehnik programiranja prijenosom informacija) koje omogućuju izravno povezivanje vozila s proizvođačem vozila, koji obavlja reprogramiranje na motoru vozila.

5.5.2. Veza između neovisnih i ovlaštenih serviseri

Neovisni serviser, u skladu s definicijom iz članka 1. stavka 1. točke (m) Uredbe, je neovisni serviser koji popravlja i održava vozila određene marke, a da ga nije imenovao proizvođač marke o kojoj je riječ. Neovisni serviseri predstavljaju zdravu konkurenciju mreži ovlaštenih serviseri. Serviser može djelovati kao neovisni serviser u odnosu prema nekim markama

¹⁷⁶ Vidi točku preambule br. 26.

¹⁷⁷ Najčešće poznato pod engleskim nazivom «chip-tuning»

¹⁷⁸ Poput auto-klubova.

vozila i kao ovlaštene serviser za druga vozila. Neovisni serviser može biti i ovlašten distributer (tj. «diler») za jednu ili više marki novih motornih vozila.

6. DEFINIRANJE TRŽIŠTA I IZRAČUN TRŽIŠNIH UDJELA

6.1. Načela definiranja tržišta

Ispravno razgraničenje mjerodavnih tržišta postavlja praktična pitanja i može se mijenjati tijekom vremena, između ostaloga, kao rezultat novih mogućnosti koje otvara Uredba. Vertikalni sporazumi u sektoru motornih vozila odnose se na brojne i vrlo različite proizvode. To ima za posljedicu da Uredba, unatoč činjenici da je donesena baš za taj sektor, ne razgraničava tržišta u proizvodnom i zemljopisnom smislu, na koje se primjenjuje. Za definiranje tržišta, Komisija slijedi pristup utvrđen u njezinoj obavijesti o tome¹⁷⁹. Ona uzima u obzir i prethodne odluke u kojima su precizno definirana mjerodavna tržišta¹⁸⁰, uzimajući u obzir procjenu promjena koje su se dogodile od donošenja odluke i razinu trgovine na koju je tržište ograničeno u odlukama¹⁸¹. U Komisijinim Smjernicama o vertikalnim ograničenjima također se objašnjavaju specifični problemi koji bi se mogli pojaviti kod vertikalnih sporazuma¹⁸².

Dalje u tekstu brošure ilustrirana su neka načela iz tih obavijesti, kako bi poslužila kao vodič s obzirom na definiranje tržišta u skladu s Uredbom. Ova ilustracija namijenjena je čitatelju i ni na koji način ne zamjenjuje obavijesti niti preudicira način na koji će Komisija definirati tržišta u pojedinačnim slučajevima.

1) Uredba propisuje da se zamjenjivost proizvoda, u svrhe definiranja tržišta, mora ocjenjivati iz perspektive kupca¹⁸³ kao i u Obavijesti o definiranju tržišta, koja stavlja naglasak na zamjenjivost sa strane potražnje, kao odgovor na mala ali trajna povećanja cijena, između ostalih čimbenika. Procjena zamjenjivosti potražnje podrazumijeva utvrđivanje niza proizvoda ili zemljopisnih područja na koja kupac gleda kao na nadomjestak, kao i na procjenu razine do koje bi potražnja reagirala na mala i trajna povećanja cijena (npr. 5-10%)¹⁸⁴.

2) U skladu s razlikovanjem koje postoji u Uredbi, kao opće pravilo, trebala bi se odvojeno razmatrati djelatnost prodaje novih motornih vozila i prodaje rezervnih dijelova te pružanje

¹⁷⁹ Obavijest Komisije o definiranju mjerodavnoga tržišta za potrebe prava Zajednice na području tržišnoga natjecanja, SL C 372, 9. prosinca 1997., str. 5.

¹⁸⁰ Npr. u Komisijinoj Odluci od 14. ožujka 2000. u predmetu br. COMP/M.1672 – VOLVO/Scania (SL L 143, 29. svibnja 2001., str. 74.), kamioni su podijeljeni na segment lakih kamiona (manje od 5 tona), segment srednjih kamiona (između 5 i 16 tona) i segment teških kamiona (iznad 16 tona), a tržišta su definirana kao nacionalna. Popis odluka koje je Komisija donijela primjenjujući pravila tržišnoga natjecanja EZ-a može se pronaći na adresi: http://europa.eu.int/comm/competition/index_en.html

¹⁸¹ Iz toga proizlazi da definiranje mjerodavnog tržišta u proizvodnom i zemljopisnom smislu u odluci kojom se procjenjuje, npr. spajanje proizvođača automobilskih komponenti, ne mora uvijek biti prikladno za utvrđivanje mjerodavnoga tržišta proizvoda na koji utječe sporazum o distribuciji i servisiranju koji se odnosi na istu komponentu, korištenu kao rezervni dio, uz sve ostale rezervne dijelove koji su potrebni za pružanje usluga popravka.

¹⁸² Smjernice o vertikalnim ograničenjima, Odjeljak V., stavci 88. do 99.

¹⁸³ Članak 8. stavak 1. točke (a), (b) i (c).

¹⁸⁴ Mala ali značajna, a ne prolazna povećanja prodajnih cijena, «SSNIP» test. U Obavijesti Komisije prednost se daje zamjenjivosti potražnje, umjesto zamjenjivosti ponude, u svrhe definiranja tržišta.

usluga popravka i održavanja¹⁸⁵. Kad je riječ o rezervnim dijelovima, postojanje stvarnih zamjenskih proizvoda na tržištu mora se brižljivo procijeniti. U nekim slučajevima mogu postojati zamjenski proizvodi¹⁸⁶, a u nekim slučajevima njih nema¹⁸⁷.

3) Razina trgovine na kojoj se sklapa vertikalni sporazum mora biti uzeta u obzir, kako bi se procijenila zamjenjivost i, na taj način, definiralo tržište(a) na koja on utječe¹⁸⁸. Npr. ne može se isključiti da isti rezervni dijelovi pripadaju različitim mjerodavnim tržištima, ovisno o razini proizvodnog ili distribucijskog lanca na kojoj se sklapa sporazum, npr. isporuka franko tvornica, veleprodaja ili maloprodaja¹⁸⁹.

4) Za distribuciju finalnih proizvoda poput motornih vozila ili za pružanje usluga popravka i održavanja krajnjim korisnicima, o onome što je zamjenjivo s gledišta kupaca koji aktivno djeluju kao prodavači na malo, poput ovlaštenih distributera ili servisera koji su članovi sustava distribucije, najčešće se odlučuje na temelju sklonosti krajnjih korisnika. Ako različita motorna vozila za krajnje korisnike nisu zamjenjiva, neće ih smatrati zamjenjivima ni distributeri koji ih prodaju¹⁹⁰. No, kad je riječ o međuproizvodu koji se u konačnome proizvodu ne prepoznaje, sklonost krajnjih korisnika neće u velikoj mjeri utjecati na odluku kupca, npr. proizvođača automobila¹⁹¹.

5) Trebalo bi procijeniti postojanje lanca zamjenjivosti kod proizvoda koji nisu izravno zamjenjivi. Ako ne postoje dobri presedani za definiranje mjerodavnoga tržišta, mogući lanci zamjene posebno su mjerodavni i mora ih se proučiti za različite tipove motornih vozila¹⁹².

¹⁸⁵ Mogu se definirati odvojena tržišta koja bi obuhvaćala motorna vozila i rezervne dijelove, osobito uzimajući u obzir, između ostaloga, radni vijek motornoga vozila te želje i ponašanje kupaca; vidi Obavijest o definiranju tržišta, stavak 56. U praksi, treba utvrditi da li značajni dio kupaca izbor obavlja na temelju troškova održavanja vozila ili ne. Ponašanje kupaca kod kupovine može se bitno razlikovati, npr. između kupaca kamiona koji kupuju i koriste vozni park, koji pri kupovanju vozila uzimaju u obzir troškove održavanja (npr. kupovanje više kamiona i korištenje ugovora o naplati prema kilometru) te pojedinaca koji kupuju vozila za privatnu uporabu.

¹⁸⁶ Npr. proizvodi koji se koriste za manje zahtjevne popravke ili održavanje. Npr. u slučaju akumulatora, jer se u određeni model vozila može na siguran način ugraditi više alternativnih akumulatora.

¹⁸⁷ Za mnoge rezervne dijelove koji su specifični za određenu marku, budući da nema spremnih alternativnih izvora opskrbe, krajnji korisnici neće popravljati svoje vozilo korištenjem drugih rezervnih dijelova. U nepostojanju zamjenskih proizvoda, rezervni dijelovi određene marke stoga mogu biti definirani kao mjerodavno tržište proizvoda na koje utječe sporazum između dobavljača i njegove ovlaštene servisne mreže.

¹⁸⁸ Smjernice o vertikalnim ograničenjima, stavci 91. do 94.

¹⁸⁹ Sporazume o dobavljanju ili veleprodaji komponenti i rezervnih dijelova mogu sklapati stranke čije zemljopisno područje poslovanja čine sve ili nekoliko država članica, pa se na taj način definiraju zemljopisna područja (vidi npr. Odluku Komisije od 25. siječnja 2002. u predmetu br. COMP/M.2696 – TMD/MENETA/MAST, u kojemu je Komisija smatrala da je mjerodavno zemljopisno tržište za proizvodnju protuvibracijskih pločica za automobilske disk-kočnice u najmanju ruku područje cijele Europske unije). Vertikalni sporazumi sklopljeni niže u lancu, na razini distribucije, mogu utjecati na uže definirana tržišta. Sporazumi sklopljeni neposredno prije razine maloprodaje mogu uključivati kupce za koje je prikladno nacionalno ili regionalno razgraničenje mjerodavnoga tržišta.

¹⁹⁰ Npr. dva različita motorna vozila, lako gospodarsko vozilo i luksuzna limuzina, neće biti zamjenjiva u očima kupca ako ona nisu zamjenjiva krajnjem korisniku, bez obzira na to da li isti distributer kupuje oba vozila za preprodaju.

¹⁹¹ Npr. komponenta koja se ugrađuje u vozilo može voditi definiranju tržišta u skladu sa sklonostima proizvođača vozila. Vertikalni sporazum sklopljen između njega i dobavljača komponenti utjecao bi na hipotetsko tržište npr. «sustava za ubrizgavanje dizela u lakim vozilima, uključujući putnička vozila i laka gospodarska vozila» (vidi npr. Odluku Komisije od 11. srpnja 1996. u predmetu br. IV/M.768 – Lucas/Varity).

¹⁹² Obavijest o definiranju tržišta, stavak 57. Primjer: Ako postoje tri kategorije (npr. tri segmenta) vozila A, B i C, pri čemu A može biti zamjena za B, ali ne i za C, a B se smatra zamjenom za C, mjerodavno tržište proizvoda može uključivati vozila sve tri kategorije: A, B i C. Unatoč nepostojanju mogućnosti izravne zamjene između A i C, mogućnost njihove zamjenjivosti u odnosu na «susjednu» kategorije B može predstavljati dovoljno ograničenje za konkurentsko ponašanje dobavljača A i C.

6) Kad je riječ o uslugama poslije prodaje i rezervnim dijelovima, vertikalni sporazum između dobavljača motornih vozila i njegove mreže ovlaštenih servisera za određenu marku često pokriva veliku količinu robe iz ugovora, poput servisiranja poslije prodaje vozila, potporu i licenciranje prava intelektualnoga vlasništva. Takvo povezivanje, kombinacija važnih ulaganja povezanih s određenom markom, omogućuje ovlaštenoj mreži pružanje usluga servisiranja vozila marke o kojoj je riječ. U takvim slučajevima dobavljač izračunava svoj tržišni udio na temelju vrijednosti robe, osobito rezervnih dijelova, koje dostavlja svojoj mreži, tj. na tržištu koje postoji između dobavljača i servisera, i na temelju usluga koje mreža pruža, tj. na tržištu koje postoji između servisera i krajnjih korisnika¹⁹³.

6.2. Primjeri definiranja tržišta i izračun tržišnih udjela

Članak 8.

Izračunavanje tržišnog udjela

1. Tržišni udjeli utvrđeni ovom Uredbom izračunavaju se

a) za distribuciju novih motornih vozila na temelju prodajne količine robe iz ugovora i odgovarajuće robe koju je dobavljač prodao, zajedno s ostalom robom koju je prodao dobavljač, a koju kupac, zbog obilježja samih proizvoda, njihove cijene te uporabe za koju su namijenjeni, smatra izmjenjivim ili zamjenjivim;

b) za distribuciju rezervnih dijelova na temelju prodajne vrijednosti robe iz ugovora i druge robe koju je prodao dobavljač, zajedno s ostalom robom koju je dobavljač prodao, a koju kupac, zbog obilježja samih proizvoda, njihove cijene te uporabe za koju su namijenjeni, smatra izmjenjivim ili zamjenjivim;

c) za pružanje usluga popravka i održavanja na temelju prodajne vrijednosti usluga iz ugovora koje su prodali članovi distribucijske mreže dobavljača, zajedno sa svim ostalim uslugama koje su ti članovi prodali, a koju kupac, zbog obilježja samih proizvoda, njihove cijene te uporabe za koju su namijenjeni, smatra izmjenjivim ili zamjenjivim.

Ako podaci o prodajnoj količini, potrebni za takve izračune, nisu dostupni, u tome se slučaju mogu rabiti podaci o vrijednosti prodaje ili obrnuto. Ako takve informacije nisu dostupne, tada se mogu rabiti procjene temeljene na drugim pouzdanim informacijama o tržištu. Za potrebe članka 3. stavka 2., za izračunavanje tržišnog udjela rabi se prodajna količina na tržištu odnosno prodajna vrijednost na tržištu, ili njihova procjena.

Članak 1.

Definicije

2. Izrazi «poduzetnik», «dobavljač», «kupac», «distributer» i «serviser» uključuju i njihove povezane poduzetnike.

¹⁹³ Točka preambule br. 7. Smjernice o vertikalnim ograničenjima, stavak 95.

«Povezani poduzetnici» su:

a) poduzetnici u kojima stranka potpisnica sporazuma, izravno ili neizravno:

i) raspolaže s više od polovice glasačkih prava, ili

ii) može imenovati više od polovine članova nadzornoga odbora, upravnoga odbora ili tijela koja zakonski predstavljaju poduzetnika, ili

iii) ima pravo upravljati poslovima poduzetnika;

b) poduzetnici koji izravno ili neizravno imaju, preko stranke potpisnice sporazuma, prava ili ovlasti navedene u točki a);

c) poduzetnici u kojima neki poduzetnik iz točke (b) ima, izravno ili neizravno, prava ili ovlasti navedene u točki (a);

d) poduzetnici u kojima stranka potpisnica sporazuma zajedno s jednim ili više poduzetnika iz točke (a), (b) ili (c), odnosno u kojemu dva ili više gore navedena poduzetnika zajedno imaju prava ili ovlasti iz točke (a);

e) poduzetnici u kojima prava ili ovlasti navedene u točki (a) zajedno drže:

i) stranke potpisnice sporazuma ili njihovi povezani poduzetnici iz točaka (a) do (d), ili

ii) jedna ili više stranaka potpisnica sporazuma, odnosno jedan ili više njihovih povezanih poduzetnika iz točaka (a) do (d) te jedna ili više trećih strana.

U svrhe primjene Uredbe, relevantni tržišni udjeli jesu oni koje ima dobavljač, osim ako je riječ o sporazumima koji sadrže obveze ekskluzivne nabave¹⁹⁴, kod kojih su važni tržišni udjeli kupca. Izrazi «dobavljač» i «kupac», u smislu Uredbe, nisu ograničeni na pravnu osobu koja je stranka sporazuma. Oni mogu uključivati i druga povezana društva koja zajedno čine poduzetnika u smislu članka 81. stavka 1.

Posljedica toga jest da se pri izračunavanju tržišnih udjela za određenu marku koja pripada posebnoj pravnoj osobi i za koju je sklopljen sporazum, mora ubrojiti prodaja svih drugih marki tog poduzetnika na mjerodavnom tržištu.

Izračunavanje tržišnih udjela može se ilustrirati pomoću četiri tipična, hipotetska primjera. Ova je ilustracija namijenjena samo čitatelju i ne prejudicira način na koji će Komisija definirati tržišta u specifičnim slučajevima.

Primjer a): Izračunavanje tržišnih udjela za posebni model automobila ako postoji lanac zamjenjivosti između potencijalnih tržišta u proizvodnom smislu

Dobavljač je zabrinut za uspjeh novoga modela automobila u svojoj državi članici, usmjerenoga na urbane potrošače (npr. segment C, prema klasifikaciji koju koristi Komisija za svoja polugodišnja izvješća o cijenama automobila ili prema sličnoj klasifikaciji koja se rabi u industrijskim pregledima). U prethodnim odlukama Komisije nije precizno definirano tržište putničkih vozila¹⁹⁵. Dobavljač želi analizirati da li visoki tržišni udio koji drži taj model

¹⁹⁴ Vidi definiciju u članku 1. stavku 1. točki (e).

¹⁹⁵ Putnička vozila mogu biti podijeljena u različite segmente prema objektivnim čimbenicima kao što su snaga (izražena kao broj konjskih snaga), karoserija i cijena. Nijedna prethodna odluka Komisije nije precizno definirala mjerodavno tržište za prodaju putničkih vozila prema članku 81. ili prema odredbama Uredbe Vijeća

u usporedbi s konkurentskim modelima iz istoga segmenta može imati utjecaja na izuzeća koja njegovi sporazumi o distribuciji uživaju u skladu s odredbama Uredbe. Budući da distributeri kupuju na nacionalnoj osnovi, postoje velike razlike u cijeni i prodoru na tržište između pojedinih država članica, a usporedna trgovina je zanemariva, pa možemo pretpostaviti da se maloprodajna tržišta smatraju nacionalnim tržištima.

Osnovni model automobila prodaje se po cijeni od 15.000 eura, ali dodatne inačice modela cijenu mogu podići za 33%, do 20.000 eura, do cijene slične prodajnim cijenama osnovnih modela višega segmenta D. Tržišna studija pokazuje da postoji slično preklapanje cijena i s nižim segmentom (B). U takvoj situaciji, lanac zamjenjivosti između tri moguća tržišta proizvođača može opravdati uspostavu jednoga mjerodavnoga tržišta proizvođača koje obuhvaća sva tri segmenta, ako se može ustanoviti dovoljna zamjenjivost između segmenata¹⁹⁶. Zbog toga dobavljač izračunava svoj tržišni udio dijeleći ukupni broj svih svojih modela automobila u segmentima B, C i D, koji se dostavljaju putem njegove distribucijske mreže i prodaju na mjerodavnome zemljopisnome tržištu (država članica), s ukupnim brojem modela u segmentima B, C i D koji se prodaju na tome tržištu.

Primjer b): Ugovori o distribuciji koji se odnose na maloprodaju putničkih automobila između proizvođača vozila i njegove mreže ovlaštenih distributera

Dobavljač putničkih automobila svoj proizvod prodaje pomoću mreže ovlaštenih distributera u 15 država članica Europske unije, koristeći sustav kvantitativne selektivne distribucije. Takav sustav koristi pogodnosti Uredbe ako dobavljač drži manje od 40% udjela na mjerodavnim tržištima na koja utječu sporazumi o distribuciji. Prema Komisijinim Smjernicama o vertikalnim ograničenjima i prethodnim odlukama, maloprodaja vozila obično se smatra tržištem koje je različito od proizvodnje i veleprodaje¹⁹⁷. Budući da, kao što se čini da je sada slučaj, distributeri zapravo kupuju na nacionalnoj osnovi, postoje velike razlike u cijeni i prodoru na tržište između država članica, usporedna trgovina je zanemariva, pa se smatra da su maloprodajna tržišta zapravo nacionalna tržišta. Ponuda proizvođača uključuje nekoliko modela automobila, koje uglavnom kupuju potrošači, a njihove osobne sklonosti

(EEZ) br. 4064/89 od 21. prosinca 1989. o nadzoru nad koncentracijama poduzetnika (SL L 395, 30. prosinca 1989; ispravljena verzija SL L 257, 21. rujna 1990., str. 13.). Kad je riječ o spajanjima proizvođača automobila, čak i kad je riječ o najužim definicijama tržišta koje uzimaju u obzir industrijsku klasifikaciju različitih automobila prema različitim segmentima, precizna definicija nije promijenila procjenu slučaja. Za primjenu članka 81., kršenja o kojima je riječ ticala su se ograničenja tržišnoga natjecanja prema predmetu, koja su se mogla razmatrati prema više definicija tržišta, a precizna definicija ni tada nije usvojena. Kad je riječ o spajanjima, vidi npr. predmete M.416 BMW/Rover, M.741 Ford/Mazda, M.1204 DaimlerBenz/Chrysler, M.1283, Volkswagen/Rolls Royce, m.1326 Toyota/Daihatsu, M.1416 Hyundai/Kia, M.1452 Ford/Volvo, M.1847 GM/Saab, M.1998 Ford/Land-Rover, M.2832 General Motors/Daewoo. Nijedna od tih koncentracija nije potaknula zabrinutost čak ni prema najužim mogućim definicijama tržišta. Za primjenu članka 81. vidi npr. Volkswagen I. (1998.) i II. (2001.), Opel (2000.), DaimlerChrysler (2001.).

¹⁹⁶ Primjer segmentiranja koji je Komisija proučila: A: mini-vozila (npr. Smart), B: malena vozila (Fiat Punto), C: vozila srednje veličine (VW Golf), D: velika vozila (Volvo S-70), E: poslovni automobili (Audi A6), F: luksuzni automobili (Mercedes, klasa S), S: sportski automobili (Ferrari), M: višenamjenski automobili (ili jednovolumeni, Renault Espace), J sportska-gospodarska vozila (uključujući vozila s pogonom na sva četiri kotača, Suzuki Vitara). Vidi predmete M.416 BMW/Rover i M.1452 Ford/Volvo. Uz lanac zamjenjivosti, mnogi od tih segmenata mogu se pregrupirati u tržišta za različite proizvode, a posljedica bi bila postojanje manje relevantnih tržišta nego segmenata. No, upitno je bi li takav lanac zamjenjivosti mogao biti proširen do te mjere da pokrije sve segmente.

¹⁹⁷ Smjernice o vertikalnim ograničenjima, stavci 91-92. Vidi npr., ako je riječ o distribuciji vozila, predmete M.182 Inchape/IEP, M.1592 Toyota Motor/Toyota Denmark, M.1036 Chrysler/Distributors (BeNeLux, Germany), M.1761 Toyota Motor/Toyota France.

prema određenome tipu vozila određuju i sklonosti ovlaštenoga distributera¹⁹⁸. Modeli automobila koji se prodaju putem mreže klasificirani su u segmente B, C i D.

Dobavljač stoga izračunava tržišni udio (tržišne udjele) u prethodnoj kalendarskoj godini za svaki od ta «potencijalna» tržišta proizvoda, na temelju npr. javnih podataka o registracijama automobila u državama članicama. Taj izračun obuhvaća i maloprodaju koju dobavljač obavlja na prodajnim mjestima kojima izravno upravlja¹⁹⁹.

Ako je ukupna prodaja svih marki istoga dobavljača manja od 40% za svako od potencijalnih tržišta proizvoda B, C i D te za svaku državu članicu, sporazumi ispunjavaju opće uvjete iz članka 3. stavka 1. Uredbe²⁰⁰. Ako je u jednoj ili više država članica prag prekoračen na jednome potencijalnemu tržištu, treba postaviti pitanje bi li lanac zamjenjivosti vodio definiranju širega tržišta proizvoda koje bi obuhvaćalo ta tri potencijalna tržišta proizvoda.

Primjer c): Ugovori o servisiranju između proizvođača vozila i njegove mreže ovlaštenih servisera

Proizvođač putničkih vozila organizira mrežu ovlaštenih servisera za svoju marku i daje toj mreži zadatak da poštuje njegovu garanciju. Proizvođač također svojoj mreži dostavlja rezervne dijelove i omogućuje joj pristup logističkome lancu, software i proizvode koji su zaštićeni pravom intelektualnoga vlasništva. Članovima sustava dopušteno je da objave da su ovlašteni serviseri za tu marku i da koriste službeni logotip te marke na svojim radionicama i u svojim oglasima. Ovlašteni serviseri moraju i sami izvršiti znatna ulaganja specifična za marku, a to im omogućuje da pružaju niz usluga popravka i održavanja za sva vozila te marke. Budući da je opskrbna mreža organizirana na razini države, a članovi mreže mogu kupovati i zaista kupuju pod jednakim uvjetima na toj osnovi, nacionalno tržište smatra se zemljopisnim tržištem na koje utječe sporazum.

Dostava rezervnih dijelova te pružanje usluga popravka i održavanja smatra se različitim od tržišta prodaje novih vozila o kojima je riječ²⁰¹. Pretpostavimo da tržišne studije u ovome primjeru pokazuju da, iako drugi serviseri zaista servisiraju automobile te marke određene starosti ili obavljaju manje zahtjevne poslove održavanja i popravka (npr. zamjena ispušnog sustava, akumulatora, guma), samo je mreža ovlaštenih servisera sposobna obavljati i zaista obavlja servisiranje većine automobila te marke na određenom zemljopisnom tržištu. Ako vlasnici automobila ne smatraju da servisne radionice za tu marku mogu zamijeniti sa servisnim radionicama koje nisu specijalizirane za tu marku i ako mnogi rezervni dijelovi specifični za tu marku nisu zamjenjivi nespecifičnim rezervnim dijelovima te marke za potrebe pružanja tih usluga, ukupna vrijednost tržišta te ovlaštene mreže jest vrijednost usluga

¹⁹⁸ Vidi Odjeljak 6.1. točku (4).

¹⁹⁹ Članak 8. stavak 2. točka (b).

²⁰⁰ U ovome primjeru, visoki tržišni udio koji određena marka ima pod nadzorom istoga poduzetnika u slučaju sportskih automobila bio bi irelevantan ako ti automobili nisu uključeni u isto mjerodavno tržište na koje utječu sporazumi o distribuciji. Isto bi vrijedilo i ako postoje visoki tržišni udjeli u drugim državama članicama koje nisu dio mjerodavnoga tržišta na koje utječe sporazum ili za proizvode koji ne konkuriraju putničkim automobilima, bez obzira na to da li su pokriveni odredbama Uredbe (npr. autobusi) ili to nisu (npr. motocikli).

²⁰¹ Vidi Odjeljak 6.1. točku (4), npr. automobile o kojima je riječ uglavnom kupuju krajnji korisnici, prosječni vijek trajanja iznosi im 12 godina, a vlasnike promijene nekoliko puta. Troškovi servisiranja bitno ne utječu na eventualnu odluku o kupovini konkurentskih vozila. Vidi i predmet M.416 BMW/Rover.

koje se pružaju za vozila marke o kojoj je riječ na nacionalnome tržištu u prethodnoj kalendarskoj godini ili njihova procijenjena vrijednost²⁰².

U takvoj situaciji, dobavljač bi trebao izračunati svoj tržišni udio (tržišne udjele) na nacionalnome tržištu (tržištima) kako prema vrijednosti usluga popravka i održavanja koje pruža mreža, tako i prema vrijednosti rezervnih dijelova, od kojih su neki jedinstveni i specifični za tu marku, a koje prodaje svojoj mreži²⁰³. Rezervni dijelovi koje dostavlja po tvorničkoj cijeni za potrebe ispunjavanja pravnih obveza ili poštovanja garancije nisu uključeni u taj izračun. U ovome primjeru, vjerojatno je da će dobavljač i tržišni udio njegove mreže prekoračiti prag od 30% iz članka 3. stavka 1. Uredbe s obzirom na one rezervne dijelove iz asortimana njegovih proizvoda koji nisu zamjenjivi rezervnim dijelovima drugih marki i s obzirom na one usluge popravka njegove ovlaštene mreže koje ne pružaju neovisni serviseri. To će ovisiti o prodoru neovisnih distributera originalnih rezervnih dijelova, specifičnih za tu marku, i dijelova usporedive kakvoće, na tržište o kojemu je riječ.

Primjer d): Izračun tržišnih udjela za franšiznu mrežu neovisnih servisera

Dobavljač koji ne proizvodi motorna vozila organizira mrežu servisera kao sustav ekskluzivne distribucije tj. sustav u kojemu se svakome serviseru dodjeljuju ekskluzivna zemljopisna područja. On primjenjuje i kvalitativne standarde na pružanje usluga popravka te dopušta mreži korištenje prava intelektualnoga vlasništva, a pruža joj i tehničku i marketinšku pomoć za korištenje i održavanje posebnoga imidža njegove marke. Dobavljač izravno dostavlja rezervne dijelove ili utvrđuje standarde za dijelove koje mreža koristi pri pružanju usluga popravka i održavanja. Mreža obavlja samo manje zahtjevne usluge popravka i održavanja za sve marke motornih vozila. Budući da je opskrba mreže organizirana na nacionalnoj osnovi, a članovi mreže mogu kupovati i zaista kupuju pod jednakim uvjetima i na takvoj osnovi, nacionalno se tržište smatra zemljopisnim tržištem na koje utječe sporazum.

Uredba pokriva sporazume kojima se uspostavlja mreža ako dobavljačev tržišni udio nije viši od 30% za bilo koji proizvod ili uslugu na tržištima na koja se odnose. Mreža pruža usluge koje nisu specifične za jednu marku, a potrošači imaju, kad je riječ o uslugama koje mreža nudi, izbor između alternativnih pružatelja relevantne usluge, npr. između proizvođačevih mreža servisera, drugih mreža za brzo montiranje i pojedinačnih neovisnih servisera. Opći uvjet, propisan u članku 3. stavku 1. Uredbe stoga je zadovoljen ako konkurenti pokrivaju 70% ili više mjerodavnih tržišta popravaka i održavanja za sva putnička vozila u toj državi članici i ako, u svakoj kategoriji rezervnih dijelova, vrijednost rezervnih dijelova koje dobavljač prodaje mreži iznosi 30% ili manje kupovne vrijednosti rezervnih dijelova koji se rabe za takve popravke na ukupnome tržištu.

7. DISTRIBUCIJA I PRISTUP REZERVNIM DIJELOVIMA

Cilj Uredbe 1400/2002 jest osiguravanje tržišnoga natjecanja na tržištu rezervnih dijelova. U tu svrhu ona donosi popis zabranjenih ograničenja i ne dopušta dobavljačima, osobito proizvođačima vozila i njihovim uvoznicima, da ograniče pravo svojih distributera i

²⁰² Vidi Odjeljak 6.1., točka (2) i članak 8. stavak 1., posljednja točka. Procjene vrijednosti pruženih usluga mogu se izračunati na temelju voznoga parka koji se koristi u određenome području.

²⁰³ Vidi članak 8. stavak 1., a osobito točke (b) i (c) te Odjeljak 6.1. točku (2).

ovlaštenih serviserima da nabavljaju originalne rezervne dijelove i rezervne dijelove usporedive kakvoće od bilo kojega neovisnoga poduzetnika po svojem izboru te da ih koriste za popravak i održavanje motornih vozila²⁰⁴. Osim toga, proizvođači vozila ne smiju ograničavati pravo proizvođača rezervnih dijelova da originalne rezervne dijelove ili rezervne dijelove usporedive kakvoće prodaju ovlaštenim ili neovisnim serviserima²⁰⁵. Nadalje, Uredba 1400/2002 ne dopušta dobavljačima ograničavanje prava njihovih distributera i ovlaštenih serviserima da prodaju rezervne dijelove neovisnim serviserima koji ih koriste za popravak i održavanje motornih vozila²⁰⁶.

U cilju poboljšanja uvjeta za učinkovito tržišno natjecanje, Uredba 1400/2002 uvodi novi izraz «originalni rezervni dio»²⁰⁷. Radi se o rezervnim dijelovima koji su iste kvalitete kao i komponente korištene pri sastavljanju novoga motornoga vozila. Originalni rezervni dijelovi mogu biti proizvedeni kod proizvođača vozila, ali ih najčešće proizvode proizvođači dijelova na temelju ugovora o opskrbi s proizvođačem vozila. Proizvedeni su u skladu sa specifikacijama i proizvodnim normama proizvođača vozila, a u mnogim su slučajevima proizvedeni na istoj proizvodnoj liniji kao i komponente koje se koriste za sastavljanje motornoga vozila.

Riječ «pruža» znači da te specifikacije i proizvodne norme proizvođač rezervnih dijelova o kojima je riječ koristi uz pristanak proizvođača vozila u cilju ugradnje dijelova koji odgovaraju tim specifikacijama i normama u njegova vozila. Unatoč tome, nije potrebno da proizvođač vozila razvije te specifikacije i norme; one mogu biti i rezultat zajedničkoga razvojnoga programa ili ih čak može razviti isključivo proizvođač komponenti i rezervnih dijelova. U tom slučaju specifikacije i proizvodne norme smatraju se pruženima proizvođaču rezervnih dijelova uz pristanak proizvođača vozila, a proizvođač rezervnih dijelova može ih koristiti za proizvodnju originalnih rezervnih dijelova. U skladu s odredbama Uredbe 1400/2002, proizvođač vozila ne mora izričito dati dopuštenje proizvođaču dijelova koji proizvodi komponente da te specifikacije i norme može koristiti za proizvodnju i distribuciju originalnih rezervnih dijelova: činjenica da su te norme dostupne proizvođaču rezervnih dijelova omogućuje mu da ih koristi i za proizvodnju originalnih rezervnih dijelova koji se ne dostavljaju proizvođaču vozila, nego se izravno prodaju distributerima rezervnih dijelova ili serviserima²⁰⁸.

Budući da u gotovo svim slučajevima isti proizvođač proizvodi i komponente i rezervne dijelove za vozila, koristeći pri tome iste specifikacije i proizvodne norme, jasno je da su rezervni dijelovi o kojima je riječ «originalni». No, u nekim slučajevima proizvođači sklapaju ugovore o opskrbi s proizvođačima dijelova koji proizvode i dostavljaju samo rezervne dijelove za vozilo, a ne proizvode i njegove komponente. Ako su ti dijelovi proizvedeni prema specifikacijama i proizvodnim normama koje pruža proizvođač vozila, a isti su kao i oni korišteni za proizvodnju komponenti, i oni su «originalni rezervni dijelovi».

²⁰⁴ Članak 4. stavak 1. točka (k).

²⁰⁵ Članak 4. stavak 1. točka (j).

²⁰⁶ Članak 4. stavak 1. točka (i) to objašnjava za sustave selektivne distribucije rezervnih dijelova; u sustavu ekskluzivne distribucije to proizlazi iz članka 4. stavka 1., točaka b) i i), koji sprječava dobavljača koji koristi ekskluzivnu distribuciju za ograničavanje pasivne prodaje bilo kojemu klijentu.

²⁰⁷ Vidi definiciju u članku 1. stavku 1. točki (t).

²⁰⁸ Bilo kakvo ograničenje te mogućnosti predstavljalo bi zabranjeno ograničenje sukladno odredbama članka 4. stavka 1. točke (k).

Treba razlikovati «originalne rezervne dijelove» od «rezervnih dijelova usporedive kakvoće»²⁰⁹. Dijelovi usporedive kakvoće odgovaraju kakvoći komponenti koje su korištene pri sastavljanju određenoga vozila, ali nisu proizvedeni prema specifikacijama i proizvodnim normama koje pruža proizvođač vozila. To znači da su ti dijelovi iste ili čak i veće kvalitete, ali su možda načinjeni od drugoga materijala ili su obojeni drugom bojom.

Pitanje br. 95: Pripada li dodatna oprema u rezervne dijelove?

Iz definicije u članku 1. stavku 1. točki (s) stoji da se roba koja nije nužna za korištenje motornoga vozila o kojemu je riječ, poput radija iil CD-uređaja, opreme za uporabu mobitela bez korištenja ruku, navigacijskoga sustava ili nosača za torbe, koja se obično naziva dodatnom opremom, ne smatra rezervnim dijelovima. No, ako je takva oprema ugrađena u novo vozilo već na proizvodnoj liniji zajedno s drugim dijelovima ili sustavima vozila, u tom slučaju takvi proizvodi postaju komponente toga vozila, a dijelovi potrebni za njihov popravak ili zamjenu smatraju se rezervnim dijelovima (npr. komande Hi-fi linije smještene na upravljaču vozila). Oprema za kontrolu klima-uređaja ili temperature u vozilu ugrađena na kamion ili autobus te protuprovalni sustav ili Hi-fi sustav ugrađen u automobil nakon što je vozilo napustilo proizvodnu liniju proizvođača mora se smatrati dodatnom opremom.

Uredba 1400/2002 ne primjenjuje se na distribuciju, popravak i održavanje dodatne opreme. Njezina distribucija može biti pokrivena Uredbom 2790/1999.

Pitanje br. 96: Jesu li maziva i druge tekućine rezervni dijelovi? Ako jesu, što to znači?

Molimo Vas da pročitate odgovor na pitanje br. 2.

Pitanje br. 97: Što su «originalni rezervni dijelovi»?

Postoje tri kategorije «originalnih rezervnih dijelova».

Prvoj kategoriji originalnih rezervnih dijelova pripadaju dijelovi koje je proizveo proizvođač vozila. Na te se originalne rezervne dijelove primjenjuju sljedeća pravila:

- proizvođač vozila može zahtijevati od svojih ovlaštenih servisera da koriste ovu kategoriju originalnih rezervnih dijelova za popravke koji se obavljaju pod garancijom, za besplatno servisiranje i poslove povezane s povratom vozila²¹⁰;

- proizvođač vozila ne smije ograničiti pravo svojih distributera da prodaju ovu kategoriju dijelova, bilo to aktivno ili pasivno, neovisnim serviserima koji ih koriste za popravke i održavanje motornih vozila²¹¹; kad je o tome riječ, nije važno da li ih ti serviseri koriste u svojoj radionici ili za pružanje pomoći na cesti.

Drugoj kategoriji «originalnih rezervnih dijelova» pripadaju dijelovi koje proizvođač rezervnih dijelova dostavlja proizvođaču vozila, koji ih zatim prodaje svojim distributerima. Na te se originalne rezervne dijelove primjenjuju sljedeća pravila:

²⁰⁹ Vidi definiciju u članku 1. stavku 1. točki (u).

²¹⁰ Vidi članak 4. stavak 1. točku (k).

²¹¹ Vidi članak 4. stavak 1. točku (i) ili članak 4. stavak 1. točke (b) te (i)

- proizvođača rezervnih dijelova ne smije se sprječavati da na te dijelove stavi svoj žig ili logotip, na učinkovit i lako vidljiv način²¹². Ovo pravo uključuje i pravo postavljanja žiga ili logotipa na ambalažu i na bilo koji prateći dokument;

- i proizvođač vozila može postaviti svoj žig ili logotip na te dijelove;

- proizvođača rezervnih dijelova ne smije se ograničavati pri dostavi tih rezervnih dijelova bilo kojem ovlaštenom ili neovisnom distributeru rezervnih dijelova ili bilo kojem ovlaštenom ili neovisnom serviseru²¹³, a ovlaštenoga servisera ne smije se ograničavati pri korištenju tih dijelova²¹⁴;

- proizvođač vozila može od svojih ovlaštenih distributera zahtijevati da koriste ovu kategoriju rezervnih dijelova za popravke koje obavljaju pod garancijom, besplatno servisiranje i poslove povezane s povratom vozila²¹⁵;

- proizvođač vozila ne smije ograničiti pravo svojih distributera da prodaju ovu kategoriju dijelova, bez obzira čine li to oni aktivno ili pasivno, neovisnim serviserima koji ih koriste za popravak i održavanje motornih vozila²¹⁶; s tim u vezi posve je nevažno da li ih ti serviseri koriste u svojim radionicama ili za pružanje usluga pomoći na cesti.

Trećoj kategoriji «originalnih rezervnih dijelova» pripadaju oni koji se ne dostavljaju relevantnome proizvođaču vozila, ali su ipak proizvedeni prema specifikacijama i proizvodnim normama koje on pruža. Proizvođač rezervnih dijelova njih dostavlja neovisnim distributerima rezervnih dijelova ili izravno serviserima. Na tu se kategoriju originalnih rezervnih dijelova primjenjuju sljedeća pravila:

- proizvođač rezervnih dijelova ne smije biti ograničen pri postavljanju svojega žiga ili logotipa, na učinkovit i lako vidljiv način, na spomenute dijelove. To uključuje i pravo postavljanja žiga ili logotipa na ambalažu²¹⁷;

- proizvođač rezervnih dijelova ne smije biti ograničen pri dostavi tih rezervnih dijelova bilo kojem ovlaštenom ili neovisnom distributeru rezervnih dijelova ili bilo kojem ovlaštenom ili neovisnom serviseru²¹⁸, a ovlaštenu serviser ne smije biti ograničavan pri korištenju tih dijelova²¹⁹.

Pitanje br. 98: Smije li dobavljač od svojih ovlaštenih servisera zahtijevati da koriste samo originalne rezervne dijelove koje on dostavlja, za uobičajeno održavanje ili popravak motornih vozila?

Ne. Obveza prema kojoj ovlaštenu serviser smije koristiti samo originalne rezervne dijelove koje dobavlja proizvođač vozila pri uobičajenom održavanju²²⁰ ili popravcima²²¹ motornoga

²¹² Vidi članak 4. stavak 1. točku (l).

²¹³ Vidi članak 4. stavak 1. točku (j).

²¹⁴ Vidi članak 4. stavak 1. točku (k).

²¹⁵ Vidi članak 4. stavak 1. točku (k).

²¹⁶ Vidi članak 4. stavak 1. točku (i) ili članak 4. stavak 1. točke (b) te (i).

²¹⁷ Vidi članak 4. stavak 1. točku (l).

²¹⁸ Vidi članak 4. stavak 1. točku (j).

²¹⁹ Vidi članak 4. stavak 1. točku (k).

²²⁰ Npr. rutinsko servisiranje.

vozila predstavljala bi ograničenje serviserove slobode korištenja originalnih rezervnih dijelova ili rezervnih dijelova usporedive kakvoće koje nabavlja od drugih dobavljača po svojem izboru²²².

Pitanje br. 99: Smije li korištenje originalnih rezervnih dijelova iz drugih izvora, a ne dobavljačevih, ili rezervnih dijelova usporedive kakvoće, imati utjecaj na garanciju proizvođača vozila?

Kad bi garancija proizvođača vozila zahtijevala od ovlaštenih ili neovisnih serviseri da koriste originalne rezervne dijelove koje on dostavlja za obavljanje popravka ili održavanja tijekom razdoblja garancije (ali koje garancija ne pokriva), to bi predstavljalo zabranjeno ograničenje prema odredbama članka 4. stavka 1. točke (k), a proizvođačev sustav distribucije više ne bi mogao koristiti pogodnosti Uredbe 1400/2002.

Pitanje br. 100: Je li ovlaštenim serviserima ili distributerima rezervnih dijelova dopušteno da neovisnim serviserima prodaju rezervne dijelove koje im je dostavio proizvođač vozila?

Da. Ograničenje zbog kojega članovi sustava selektivne distribucije ne bi mogli prodavati rezervne dijelove neovisnim serviserima, koji ih koriste za pružanje usluga popravka i održavanja, bilo bi ozbiljno ograničenje tržišnoga natjecanja²²³. Ograničavanje pasivne prodaje rezervnih dijelova za motorna vozila od strane članova sustava ekskluzivne distribucije također je ozbiljno ograničenje²²⁴. U oba slučaja proizvođačev sustav distribucije više ne bi mogao koristiti pogodnosti Uredbe 1400/2002.

Pitanje br. 101: Na koji se način dokazuje kakvoća originalnih rezervnih dijelova?

Proizvođač dijelova koji proizvodi rezervne dijelove prema specifikacijama i proizvodnim normama koje mu pruža proizvođač vozila mora izdati potvrdu kojom potvrđuje da su rezervni dijelovi proizvedeni u skladu s njima i da su dijelovi iste kakvoće kao i komponente korištene pri sastavljanju vozila o kojemu je riječ²²⁵. Takva potvrda proizvođača dijelova može biti otisnuta na ambalaži ili na pratećoj dokumentaciji, a može biti objavljena i na Internetu. Proizvođač dijelova sam mora odlučiti želi li takvu potvrdu izdavati samostalno ili želi ići dalje od toga i povjeriti izdavanje potvrde neovisnome tijelu. No, izdavanje potvrde od strane neovisnoga tijela nije uvjet da bi dijelovi zadovoljavali kvalitetu originalnih rezervnih dijelova.

Ako je izdana takva potvrda, mora se pretpostaviti da su takvi rezervni dijelovi originalni rezervni dijelovi i da ih ovlaštenu serviser smije koristiti za popravke i održavanje. No, ako proizvođač vozila ili bilo koja treća strana, npr. potrošačka udruga ili automobilski klub, mogu dokazati da je određen rezervni dio ili određeni broj rezervnih dijelova iz iste proizvodne serije lošije kvalitete ili da nije proizveden sukladno specifikacijama ili proizvodnim normama proizvođača vozila, ti se rezervni dijelovi ne mogu prodavati kao originalni rezervni dijelovi.

²²¹ Npr. poslije nezgode.

²²² Vidi članak 4. stavak 1. točku (k).

²²³ Vidi članak 4. stavak 1. točku (i), članak 3. stavak 10. točku (b) i članak 6. stavak 1. točku 3. Uredbe 1475/95.

²²⁴ Vidi članak 4. stavak 1. točku (b).

²²⁵ Vidi članak 1. stavak 1. točku (t), treću rečenicu.

Pitanje br. 102: Na koji se način dokazuje kvaliteta rezervnih dijelova usporedive kakvoće?

Ako je potrebno kvalificiranje rezervnoga dijela kao dijela usporedive kakvoće, proizvođač rezervnoga dijela u svakome trenutku mora biti spreman potvrditi da taj dio kvalitetom odgovara odgovarajućoj komponenti motornoga vozila o kojemu je riječ²²⁶. Proizvođač rezervnoga dijela mora izdati takvu potvrdu i dati je na znanje korisniku na isti način kao da je riječ o originalnim rezervnim dijelovima (vidi gornji tekst). Takva potvrda mora biti raspoloživa u svakome trenutku, tj. ne samo prigodom prodaje rezervnoga dijela, nego i kasnije, npr. ako se posumnja da rezervni dio ima nedostatke.

Pitanje br. 103: Smije li proizvođač vozila ili njegov uvoznik svoje ovlaštene distributere spriječiti da nabavljaju i koriste rezervne dijelove s neovisnoga tržišta poslije prodaje koji su iste kvalitete kao i njihovi rezervni dijelovi iz «ekonomske serije»?

I sami proizvođači vozila danas prodaju i rezervne dijelove iz «ekonomske serije» putem svojih distribucijskih mreža. Takvi su rezervni dijelovi načinjeni prema redefiniranim normama (koje se razlikuju od normi za komponente) za vozila koja se više ne proizvode serijski. Takvo ograničenje ne bi bilo pokriveno odredbama Uredbe jer bi to vodilo zabrani konkuriranja²²⁷.

Pitanje br. 104: Ako proizvođač vozila sklopi ugovor s proizvođačem rezervnih dijelova prema čijim se odredbama bilo kakva prava intelektualnoga vlasništva ili know-how koje je razvio proizvođač rezervnih dijelova moraju prenijeti na proizvođača vozila, može li proizvođač vozila koristiti ta prava za ograničavanje prava proizvođača rezervnih dijelova da distribuiraju rezervne dijelove koje je proizveo pomoću tih prava?

Ne. Čak i ako Uredba ne isključuje takav prijenos prava, prava intelektualnoga vlasništva ili know-how dobavljač (proizvođač vozila ili njegov uvoznik) ne smije koristiti za ograničavanje prava proizvođača rezervnih dijelova da prodaje rezervne dijelove o kojima je riječ ovlaštenim i neovisnim serviserima²²⁸. Kad bi dobavljač prava intelektualnoga vlasništva ili know-how koristio na taj način, Uredba 1400/2002 se ne bi primjenjivala na njegov sustav distribucije.

²²⁶ Vidi članak 1. stavak 1. točku (u).

²²⁷ Vidi članak 5. stavak 1. točku (a).

²²⁸ Članak 4. stavak 1. točke (j) i (k).

8. PRILOG I. – UPUTE NA NAJVAŽNIJE DOKUMENTE O PRAVILIMA ZAŠTITE TRŽIŠNOG NATJECANJA ZA DISTRIBUCIJU MOTORNIH VOZILA U EUROPSKOJ UNIJI

Neki od ovih dokumenata mogu se pronaći na internetskoj stranici Komisije:
http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector

Uredba o skupnim izuzećima za motorna vozila

- Uredba Komisije (EZ) br. 1400/2002 od 31. srpnja 2002. o primjeni članka 81. stavka 3. Ugovora na kategorije vertikalnih sporazuma i usklađena djelovanja u sektoru motornih vozila. *Objavljeno u Službenome listu L 203, 1. kolovoza 2002., str. 30.*
- Odluka Zajedničkog odbora Europskoga gospodarskoga prostora br. 136/2002 od 27. rujna 2002. kojom se izmjenjuje i dopunjuje Prilog XIV. (tržišno natjecanje) uz Sporazum o Europskom gospodarskom prostoru kojim se u odredbe sporazuma uvrštava Uredba Komisije (EZ) br. 1400/2002 od 31. srpnja 2002. (*još nije objavljeno u Službenome listu*).

Prethodne uredbe i obavijesti

- Uredba Komisije (EZ) br. 1475/95 od 28. lipnja o primjeni članka 85. stavka 3. Ugovora na određene kategorije ugovora o distribuciji i servisiranju motornih vozila, *Objavljeno u Službenom listu L 145, 19. lipnja 1995., str. 25.*
- Brošura s objašnjenjima o Uredbi Komisije (EZ) br. 1475/95 od 28. lipnja 1995. o primjeni članka 85. stavka 3. Ugovora na određene kategorije ugovora o distribuciji i servisiranju motornih vozila. *Objavila Opća uprava IV – Tržišno natjecanje, IV/9509/95.*
- Uredba Komisije (EEZ) br. 123/85 od 12. prosinca 1984. o primjeni članka 85. stavka 3. Ugovora na određene kategorije ugovora o distribuciji i servisiranju motornih vozila. *Objavljeno u Službenom listu L 15, 18. siječnja 1985., str. 16.*
 - Obavijest Komisije o Uredbi (EEZ) br. 123/85 od 12. prosinca 1984. o primjeni članka 85. stavka 3. Ugovora na određene kategorije ugovora o distribuciji i servisiranju motornih vozila. *Objavljeno u Službenom listu C 17, 18. siječnja 1985., str. 4.*
- Informacija Komisije – Objašnjenje o djelatnosti posrednika u sektoru motornih vozila. *Objavljeno u Službenom listu C 329, 18. prosinca 1991., str. 20.*

Opće uredbe i obavijesti o vertikalnim ograničenjima

- Uredba Komisije (EZ) br. 2790/1999 od 22. prosinca 1999. o primjeni članka 81. stavka 3. Ugovora na kategorije vertikalnih sporazuma i usklađena djelovanja. *Objavljeno u Službenom listu L 336, 29. prosinca 1999., str. 21.*

- Obavijest Komisije – Smjernice o vertikalnim ograničenjima. *Objavljeno u Službenom listu C 291, 13. listopada 2000., str. 1.*
- Obavijest Komisije o sporazumima manje važnosti koji bitno ne ograničavaju tržišno natjecanje prema članku 81. stavku 1. Ugovora o osnivanju Europske zajednice (de minimis). *Objavljeno u Službenom listu C 368, 22. prosinca 2001., str. 13.*

Studije

- Kvantitativna studija potražnje za novim automobilima za potrebe definiranja mjerodavnoga tržišta u sektoru putničkih automobila. Autor: Frank Verboven, K. U. Leuven i C. E. P. R., *rujan 2002.*
- Sklonosti kupaca s obzirom na postojeće i potencijalne alternative za prodaju i servisiranje u distribuciji vozila. Dr. Lademann & Partner, *prosinac 2001.*
- Studija o utjecaju mogućega razvoja novoga zakonodavstva za distribuciju motornih vozila na sve zainteresirane strane. Andersen, *prosinac 2001.*
- Razlike u cijenama automobila u Europskoj uniji: ekonomska analiza Hansa Degrysea i Franka Verbovena, K. U. Leuven i C. E. P. R., *studen 2000.*
- Prirodna veza između prodaje i servisiranja. Autopolis, *studen 2000.*

Nedavno donesene odluke (članak 81.)

- Odluka Komisije od 10. listopada 2001. protiv DaimlerChrysler AG. *Izvešće za tisak IP/01/1394 od 10. listopada 2001. Objavljeno u Službenom listu L 257, 25. rujna 2002., str. 1.*
- Odluka Komisije od 29. lipnja 2001. protiv Volkswagen AG. *Izvešće za tisak IP/01/760 od 30. svibnja 2001. Objavljeno u Službenom listu L 262, 2. listopada 2001., str. 14.*
- Odluka Komisije od 20. rujna 2000. protiv Opel Nederland BV / General Motors Nederland BV. *Izvešće za tisak IP/00/1028 od 20. rujna 2000. Objavljeno u Službenom listu L 59, 28. veljače 2001., str. 1.*
- Odluka Komisije od 28. siječnja 1998. protiv Volkswagen AG. *Izvešće za tisak IP/98/94 od 28. siječnja 1998. Objavljeno u Službenom listu L 124, 25. travnja 1998., str. 60.*

Odluku Komisije od 28. siječnja 1998. protiv Volkswagen AG uvelike je potvrdio

Prvostupanjski sud u svojoj presudi od 6. srpnja 2000. u predmetu T-62/98, Volkswagen

protiv Komisije. *Izvešće za tisak Komisije IP/00/725 od 6. srpnja 2000. Izvešće za tisak Prvostupanjskoga suda 50/00 od 6. srpnja 2000. Objavljeno u izvješćima Suda EZ-a 2000., str. II-02707.*

Drugi dokumenti

- Izvešće Komisije o evaluaciji Uredbe (EZ) br. 1475/95 s obzirom na primjenu članka 85. stavka 3. [sada članak 81. stavak 3.] Ugovora na određene kategorije ugovora o distribuciji i servisiranju motornih vozila, *15. studenoga 2000. – COM(2000)743 final.*
- Saslušanje od 13.-14. veljače 2001. o distribuciji motornih vozila – zapisnik i prezentacija.
- Izvešće o cijeni automobila, objavljuje ga dva puta godišnje Opća uprava za tržišno natjecanje Europske komisije.

9. PRILOG II. – TEKST UREDBE 1400/2002

Službeni list L 203, 1. kolovoza 2002., str. 30.

Može se pronaći i na svim službenim jezicima Zajednice, na internetskoj adresi:

http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/

10. KAZALO POJMOVA

De minimis	pitanje br. 7
Distributer	odjeljak 5.3.
Dodatna prodajna mjesta i mjesta za isporuku	odjeljci 4.5.2. i 5.3.3.
Unakrsna nabava u sustavu distribucije	pitanje br. 58
Ugovor o distribuciji - rokovi za obavijesti o raskidu	odjeljci 5.3.8, pitanja br. 67 i 68
Ugovor o distribuciji - obrazloženja u obavijesti ...	pitanja br. 70 i 71
Ugovor o distribuciji – raskid ugovora	odjeljak 5.3.8 i pitanje br. 20
Ugovor o distribuciji – raskid ugovora bez prethodne najave	pitanje br. 69
Rokovi isporuke za prodaju iz dodatnih prodajnih mjesta ...	pitanje br. 59
Sporovi s dobavljačem	odjeljak 5.3.5.
Prodaja putem elektroničke pošte i pošte	pitanje br. 45
Prodaja putem Interneta	pitanje br. 44
Pravo poslovanja u svojstvu neovisnoga serviseru	pitanje br. 62
Pravo na upućivanje sporova neovisnome stručnjaku ili arbitru ...	pitanja br. 60 i 61
Pravo na zaključivanje podugovora za popravak i održavanje ...	odjeljak 5.3.6.
Prodajni ciljevi	pitanje br. 43
Prodaja stranome kupcu	pitanje br. 41
Dostava novih vozila distributeru	odjeljak 5.3.4, pitanja br. 41 i 42
Prijenos/prodaja poslovanja	odjeljak 5.3.7., pitanja br. 10 i 63 do 66
Dodatna oprema	pitanje br. 95
Europski gospodarski prostor – primjena Uredbe	poglavlje 1
Izuzeće	
Skupno izuzeće	pitanje 6
Pojedinačno izuzeće	pitanja 6, 8 i 17
Know how	
Definicija u Uredbi	članak 1. stavak 1. točka (i)
Laka gospodarska vozila	pitanje br. 16
Definicija u Uredbi	članak 1. stavak 1. točka (p)
Lokacijska klauzula	pitanje br. 16
Leasing	
Leasing kod distributera	odjeljak 5.3. 1.2.
Društvo za leasing kao krajnji korisnik sukladno Uredbi ...	članak 1. stavak 1. točka (w)
Kupovanje vozila u svrhu stvaranja zaliha	pitanje br. 49
Zahtjev za presliku ugovora o leasingu	pitanje br. 48
Preprodaja novih motornih vozila	pitanje br. 47
Prodaja društvima koja se bave leasingom	odjeljak 5.3.1.2 i pitanja br. 46 do 49
Lokacijska klauzula	odjeljci 4.5.2., 5.3.3., i 5.4.2.
Ovlašteni serviser	odjeljak 5.4.2.
Rok isporuke za prodaju putem dodatnih prodajnih mjesta	pitanje br. 59
Distribucija lakih gospodarskih vozila	pitanje br. 16
Prvotno prodajno mjesto	pitanje br. 55
Mjesto za isporuku	pitanje br. 53
Mjesto za prodaju	pitanje br. 53
Zabrana	odjeljak 5.4.2. i pitanje br. 53
Standardi za dodatni poslovni prostor	pitanje br. 54
Pristanak dobavljača	pitanje br. 56
Dostava vozila na dodatna prodajna mjesta.....	pitanje br. 57
Maziva	
Primjena Uredbe	pitanje br. 2
Što se smatra rezervnim dijelovima – definicija iz Uredbe	članak 1. stavak 1. točka (s)

Komercijalni zajmovi	pitanje br. 15
Prijelazno razdoblje	pitanje br. 24
Mjesto isporuke	odjeljci 4.5.2., 5.3.3. i pitanje br. 53
Motorno vozilo	
Ugovorni opseg – definicija iz Uredbe	članak 1. stavak 1. točke (q) i (r)
Definicija iz Uredbe	članak 1. stavak 1. točka (n)
Neovisni operater	odjeljak 5.5. i pitanje br. 84
Pristup tehničkim informacijama	odjeljak 5.5.1.
Pristup alatima i opremi	pitanja br. 87 i 89 do 91
Pristup obuci	pitanje br. 88
Naplata pristupa tehničkim informacijama, obuci itd.	pitanje br. 89
Definicija u Uredbi	članak 4. stavak 2., točka 4.
Neovisni serviser – definicija u Uredbi	članak 1. stavak 1. točka (m)
Neovisni distributer rezervnih dijelova	pitanja br. 84 i 93
Odnosi s ovlaštenim serviserom	odjeljak 5.5.2.
Popravak tijekom razdoblja garancije	pitanje br. 37
Operater za pružanje pomoći na cesti	pitanje br. 84
Odustajanje od primjene Uredbe	odjeljak 4.7. i pitanje br. 19
Ukidanje pogodnosti predviđenih Uredbom	odjeljak 4.6. i pitanje br. 18
Opći pristup Uredbe	poglavlje 3.
Područje primjene	
Ugovori o zastupništvu	pitanje br. 5
Sporazumi između konkurenata	pitanje br. 4
Primjena na maziva i druge rezervne dijelove	pitanje br. 2
Uredbe	odjeljak 4.2.
Proizvodi i usluge koje pokriva Uredba	odjeljak 4.2.1.
Uredba 2790/1999.....	pitanje br. 1
Vrste vertikalnih sporazuma koje pokriva Uredba	pitanje br. 3
Vertikalni sporazumi izvan područja primjene Uredbe	pitanje br. 2
Ovlašteni serviser	odjeljak 5.4.
Definicija u Uredbi	članak 1. stavak 1. točka (l)
Sporovi o ugovornim obvezama	odjeljak 5.3.5.
Kako se postaje ovlašteni serviser	odjeljak 5.4.1. i pitanja br. 72. do 74
Zabrana lokacijske klauzule	odjeljak 5.4.2.
Zabrana konkuriranja	odjeljak 5.4.4. i pitanje br. 82.
Rezervni dijelovi – informacije za potrošače	pitanje 77
Rezervni dijelovi – od različitih dobavljača i stvaranje zaliha	pitanje br. 80
Rezervni dijelovi – prodaja neovisnome serviseru	pitanje br. 81
Rezervni dijelovi – nabava izravno od proizvođača rezervnih dijelova	pitanje br. 76
Rezervni dijelovi – korištenje za popravke pod garancijom, besplatno servisiranje i poslove povezane s povratom vozila	pitanje br. 78
Rezervni dijelovi - korištenje rezervnih dijelova od proizvođača vozila	pitanje br. 79
Prijenos/prodaja poslovanja	odjeljak 5.4.5.
Poduzetnici	
Konkurentski poduzetnik – definicija iz Uredbe	članak 1. stavak 1. točka (a)
Povezani poduzetnici – definicija iz Uredbe	članak 1. stavak 2.
Unutar sustava distribucije – definicija iz Uredbe	članak 1. stavak 1. točka (v)
Popravak i održavanje	odjeljak 5.1.2.
Posrednik	odjeljak 5.2.
Dodatne isprave o identitetu kupca	pitanje br. 39

Potrošač

Koristi koje imaju potrošači od novoga sustava	odjeljak 5.1.
Kupovanje u inozemstvu – može li distributer odbiti prodaju kupcu?	pitanje br. 26
Kupovanje u inozemstvu – potvrda o sukladnosti	pitanje br. 28
Kupovanje u inozemstvu – rok isporuke novoga vozila	pitanja br. 27 i 41
Kupovanje u inozemstvu – popusti na prodaju za izvoz	pitanje br. 33
Kupovanje u inozemstvu – dodatna oprema – upravljač na desnoj strani	pitanje br. 31
Kupovanje u inozemstvu – vozilo s upravljačem na desnoj strani	pitanje br. 30
Kupovanje u inozemstvu – specifikacije vozila za druge države članice ...	pitanje br. 30
Kupovanje u inozemstvu ili od distributera na drugome području iste države članice ...	pitanje br. 41
Izjava da kupac neće preprodati vozilo	pitanje br. 29
Popusti/sniženja	pitanje br. 32
Sloboda kupovanja unutar Jedinственoga tržišta	pitanje br. 25
Telefonske linije za stupanje u kontakt s proizvođačem	pitanje br. 38
Popravak i održavanje kod ovlaštenih servisera	pitanje br. 34
Održavanje maloprodajnih cijena	pitanje br. 32
Garancija	pitanja br. 34 do 36
Garancija i popravak kod ovlaštenoga servisera	pitanje br. 37
Pravo intelektualnoga vlasništva	
Definicija u Uredbi	članak 1. stavak 1. točka (i)
Prijelazno razdoblje	odjeljak 4.8.
Sporazumi o distribuciji maziva	pitanje br. 24
Primjena postojećih sporazuma.	pitanje br. 21
Imenovanje servisera	pitanje br. 22
Trgovanje istom robnom markom (multi-branding)	pitanje br. 23
Raskid ugovora unutar prijelaznoga razdoblja	pitanje br. 20
Prodaja	
Aktivna prodaja	pitanja br. 12 i 40
Prodaja više robnih marki	odjeljci 4.5.1. i 5.3.2.
Pasivna prodaja	pitanja br. 12 i 40
Prodaja društvima za leasing	pitanje br. 46
Prodajno mjesto	odjeljci 4.5.2., 5.3.3. i pitanja br. 53 do 57
Putničko vozilo	
Definicija iz Uredbe	članak 1. stavak 1. točka (o)
Rezervni dijelovi	
Informacije za potrošače	pitanje br. 77
Definicija iz Uredbe	članak 1. stavak 1. točka (s)
Distribucija	poglavlje 7
Rezervni dijelovi iz ekonomske serije	pitanje br. 103
Prava intelektualnog vlasništva proizvođača rezervnih dijelova	pitanje br. 104
Zadovoljavanje kvalitete rezervnoga dijela – definicija iz Uredbe ...	članak 1. stavak 1. točka (u)
Originalni rezervni dio	pitanje br. 97
Originalni rezervni dio – definicija iz Uredbe	članak 1. stavak 1. točka (t)
Kvaliteta rezervnih dijelova usporedive kvalitete	pitanje br. 102
Kvaliteta originalnih rezervnih dijelova	pitanje br. 101
Prodaja neovisnim serviserima	pitanje br. 100
Nabava izravno od proizvođača rezervnih dijelova	pitanja br. 76 i 79
Velike prodavaonice	pitanje br. 2
Korištenje originalnih rezervnih dijelova koje dostavlja dobavljač	pitanje br. 98
Garancija i korištenje određenih rezervnih dijelova	pitanje br. 99
Garancija, besplatno servisiranje i posao povezan s povratom vozila ...	pitanje br. 78

Selektivna distribucija	
Kvalitativna selektivna distribucija	članak 1. stavak 1. točka (h)
Kvantitativna selektivna distribucija	članak 1. stavak 1. točka (g)
Servisiranje.....	odjeljak 5.1.2.
Smjernice o vertikalnim ograničenjima	odjeljak 4.3.1.
Stupanje Uredbe na snagu	odjeljak 4.8.
Tehničke informacije	odjeljak 5.5.1
Pristup – koliko mora biti brz?	pitanje br. 91
Naplata pristupa	pitanje br. 90
Izuzetak kod pristupa tehničkim informacijama	pitanje br. 94
Redistribucija od strane izdavača	pitanje br. 92
Redistribucija od strane distributera rezervnih dijelova ..	pitanje br. 93
Vrste tehničkih informacija koje moraju biti pružene ...	pitanje br. 86
Tko je obavezan omogućiti pristup?	pitanje br. 85
Trgovina različitim robnim markama (multi-branding) ...	odjeljak 4.5.1.
Nagrađivanje distributera jedne robne marke ...	pitanje br. 50
Izložbeni prostor	pitanja br. 51 i 52
Posebni uvjeti	pitanje br. 14
Tržište	
Izračunavanje tržišnih udjela	odjeljak 6.2.
Primjeri definiranja tržišta	odjeljak 6.2.
Definiranje tržišta	poglavlje 6. i odjeljak 6.1.
Pragovi tržišnih udjela	odjeljak 4.3.1.
Udruženje distributera ili serviseri – zajedničko kupovanje	pitanje br. 3
Uvjeti	
Opći uvjeti za primjenu Uredbe	odjeljak 4.3.
Opći uvjeti o odredbama koje moraju biti uključene u vertikalne sporazume	odjeljak 4.3.2. i pitanje br. 9
Posebni uvjeti za primjenu Uredbe	odjeljak 4.5. i pitanje br. 6
Vertikalni(o)	
Sporazum – definicija iz Uredbe	članak 1. stavak 1. točka c)
Ograničenje – definicija iz Uredbe	članak 1. stavak 1. točka d)
Zabrana konkuriranja	odjeljak 4.5.1.
Definicija iz Uredbe	članak 1. stavak 1. točka (b)
Kupovanje robe od drugih dobavljača	pitanje br. 13
Komercijalni zajmovi	pitanje br. 15
Zabranjena ograničenja	
Opća objašnjenja	odjeljak 4.4.
Zaobilaženje	
Opći i posebni uvjeti za primjenu Uredbe	pitanje br. 6
Zabranjeno ograničenje	pitanja br. 6 i 11
Zastupnik	
Zastupnik definiran kao kupac – definicija u Uredbi	članak 1. stavak 1. točka k)
Zastupnik u sustavu distribucije s više razina	pitanje br. 3
Primjena Uredbe na ugovore o zastupništvu	pitanje br. 5

