

FAQ (często zadawane pytania)

Podczas okresu przejściowego¹ przewidzianego art. 10 rozporządzenia nr 1400/2002 Komisja otrzymała wiele pytań dotyczących zastosowania tego rozporządzenia. Pytania często zadawane bądź pytania, które mogą cieszyć się większym zainteresowaniem, są podane poniżej wraz z odpowiedziami. Zamieszczone pytania i odpowiedzi mają w zamierzeniu uzupełniać broszurę wyjaśniającą rozporządzenie², a nie ją zastępować.

Pytania dotyczące sprzedaży nowych pojazdów silnikowych

KONSUMENCI KUPUJĄCY SAMOCHÓD ZA GRANICĄ

- 1. Czy konsument, który zakupił pojazd w innym Państwie Członkowskim, powinien czekać, zanim możliwe będzie przeprowadzenie napraw gwarancyjnych w kraju ojczystym bądź gdziekolwiek w UE?**

Nie. Na mocy rozporządzenia gwarancje producentów wydane w jednym Państwie Członkowskim muszą obowiązywać na tych samych warunkach we wszystkich innych Państwach Członkowskich. Producenci mają możliwość spełnienia tego wymogu w różny sposób i mogą, na przykład posiadać jedną europejską gwarancyjną bazę danych, bądź też oddzielną bazę danych w każdym z Państw Członkowskich. Jeśli producent posługuje się odrębnymi krajowymi bazami danych, konsument z książeczką gwarancyjną wypełnioną przez dealera w innym Państwie Członkowskim nie powinien musieć czekać na uznanie gwarancji w kraju ojczystym. Ani dealer, ani mająca autoryzację osoba zajmująca się naprawami, której konsument zleca naprawę pojazdu, nie powinien pobierać opłat ani wymagać dodatkowych dokumentów przed wprowadzeniem gwarancji do krajowej bazy gwarancyjnej.

Zobacz również odpowiedź na pytanie 34 w broszurze wyjaśniającej.

- 2. Jeśli konsument kupuje samochód przez pośrednika (agenta dokonującego zakupu), kiedy gwarancja zaczyna obowiązywać i kiedy traci ważność?**

W systemach dystrybucji selektywnej bądź wyłącznej, jak te powszechnie używane w sektorze motoryzacyjnym, gwarancja zazwyczaj zaczyna obowiązywać w dniu opuszczenia przez pojazd autoryzowanej sieci. W przypadku gdy konsument korzysta z usług pośrednika (agenta dokonującego zakupu) w celu nabycia samochodu w jego imieniu, gwarancja będzie obowiązywać w momencie dostarczenia pojazdu

¹ Który wygasa 30 września 2003 r.

² Wydana przez Dyрекcyję Generalną ds. Konkurencji i dostępna w Internecie na stronie: http://europa.int/comm/competition/car_sector/distribution/.

pośrednikowi przez autoryzowanego dealera. Może to oznaczać, że w momencie odbioru pojazdu przez konsumenta upłynął już krótki okres gwarancji³.

Rozporządzenie nie określa jednakże, kiedy upływa termin ważności gwarancji producenta. Dostawcy mogą wybrać korzystniejszą politykę, według której na przykład „dwuletnia” gwarancja na pojazd importowany nie wygasa przez pełne dwa lata od momentu wprowadzenia szczegółowych danych samochodu do bazy gwarancyjnej autoryzowanej sieci w Państwie Członkowskim, do którego pojazd był importowany.

3. Pod jakimi warunkami dostawca⁴ może wymagać, aby dealer żądał dalszych dokumentów przed sprzedażem pojazdu konsumentowi bądź osobie podającej się za pośrednika działającego w imieniu konsumenta?

Ogólna zasada, jak określa to broszura wyjaśniająca⁵, mówi, że dostawcy nie mogą wymagać od dealera żądania czegoś więcej poza podpisanym mandatem od indywidualnego konsumenta. Dodatkowo, jeśli dostawca zwyczajowo wymaga od dealera, aby ten żądał od swoich miejscowych klientów dostarczenia kopii paszportu bądź też dowodu tożsamości przy zakupie pojazdu, może on postąpić w podobny sposób w stosunku do konsumentów z innych regionów Unii Europejskiej. Podobne zasady obowiązują pośredników, którzy mogą zostać poproszeni o przedstawienie podobnych dokumentów potwierdzających tożsamość klientów.

Dostawca może również wymagać od dealera podjęcia dalszych środków **w indywidualnych, wyjątkowych przypadkach**, kiedy istnieją wyraźne powody do podejrzeń, że konsument bądź przedsiębiorstwo podające się za pośrednika ma zamiar odsprzedać nowy pojazd dla korzyści handlowych.

4. Czy dostawca ma prawo wymagać od dealera, aby ten wymógł na pośredniku podpisanie zobowiązania, iż nie zamierza on sprzedać nowego pojazdu dla korzyści handlowych?

Jeśli dostawca ma **wyraźne powody** przypuszczać, że dany pośrednik korzystał z fałszywych mandatów w celu nabycia pojazdów dla odsprzedaży, może on wymagać od dealera, aby ten wymógł na pośredniku podpisanie zobowiązania, że nie odsprzeda on pojazdu.

Oczywiste jest jednakże, że jeśli pośrednik dostarczył dowody tożsamości swojego klienta, takie jak kopia paszportu lub dowodu tożsamości, powinno to być wystarczającym dowodem, że mandat jest ważny i że pośrednik rzeczywiście działa w imieniu konsumenta. W takich wypadkach, przy braku jasnych dowodów oszustwa,

³ Niektórzy agenci dokonujący zakupu mogą „dopełnić” okres gwarancji, aby konsument mógł skorzystać z pełnego okresu gwarancyjnego oferowanego przez producenta.

⁴ Termin „dostawca” obejmuje producentów pojazdów, importerów określonych marek oraz dystrybutorów hurtowych.

⁵ Zobacz dział 5.2 broszury wyjaśniającej.

wymaganie przez dostawcę, aby dealer nakłonił pośrednika do podpisania zobowiązania, byłoby zbędnym ograniczeniem⁶.

Oczywiste jest także, że jeśli firma działa jako niezależny odsprzedawca w pewnych przypadkach, i jako pośrednik w innych, bez dowodu wprowadzenia w błąd, wymaganie od tejże firmy przedstawienia dokumentacji szerszej niż podpisany mandat nie jest uzasadnione.

Ponadto, jeśli dealer współpracował z daną firmą regularnie i jeśli nie ma podstaw przypuszczać, że firma ta odsprzedawała pojazdy rzekomo zakupione w charakterze pośrednika, dostawca nie może żądać od dealera, aby ten systematycznie nakłaniał pośrednika do podpisywania zobowiązań.⁷ Jeśli dostawca postąpiłby w ten sposób, to mogłoby to zostać uznane za pośrednie ograniczenie sprzedaży, jak również za poważne ograniczenie konkurencji.

Zobacz również odpowiedź na pytanie 26 w broszurze wyjaśniającej, która odnosi się do wymagania od **konsumenta** podpisania zobowiązania, iż nie odsprzedaje on pojazdu.

ŚWIADCZENIE USŁUG W ZAKRESIE POJAZDÓW WIELU MAREK

5. Jakie praktyczne wymogi może dostawca narzucić dealerowi chcącemu sprzedawać marki konkurujących producentów?

Jeśli sieć dystrybucji dostawcy ma podlegać zwolnieniom na mocy rozporządzenia, dealerzy muszą mieć rzeczywistą i wykonalną możliwość sprzedawania marek konkurujących dostawców. Nie jest jednakże zamierzeniem nowego rozporządzenia szczegółowe definiowanie, czego może dostawca wymagać od przedstawicielstwa handlowego wielu marek, które sprzedaje jedną lub więcej marek. Po pierwsze, byłoby to niepraktyczne, zważywszy na różnorodność związanych z tym elementów. Po drugie, i co ważniejsze, takie podejście nie uwzględniałoby różnych cech przedstawicielstw handlowych, szczególnie pod względem lokalizacji i rozmiaru.

Co mogłoby być dopuszczalnym wymogiem dla jednego przedstawicielstwa handlowego chcącego handlować wieloma markami, mogłoby okazać się zakazem zwolnienia i zakazem konkurencji w przypadku innego.

Oczywiste jest, że podczas gdy pewne udogodnienia, takie jak miejsca parkingowe, toalety dla klientów, miejsca siedzące i automaty z kawą, mogą być wymagane przez dostawcę, nigdy nie powinny one być zarezerwowane dla danej marki.

⁶ Zobacz art. 4 ust. 1 lit. b) i c) rozporządzenia nr 1400/2002, a w szczególności akapit 14.

⁷ Jednakże, jeśli dostawca wymaga od dealera, aby ten żądał od użytkowników końcowych podpisania zobowiązania, iż nie dokonają oni dalszej sprzedaży pojazdu, może on postąpić podobnie w stosunku do pośrednika.

Pewne wymogi mogą być złagodzone lub można z nich całkowicie zrezygnować, jeśli utrudniałyby one sprzedaż kilku marek w kwestiach praktycznych lub finansowych, uwzględniając właściwości danego przedstawicielstwa handlowego. Wymóg posiadania odrębnego punktu przyjęć dla danej marki nie powinien obowiązywać, jeśli przykładowo brak przestrzeni lub inne względy praktyczne utrudniałyby nadmiernie obsługę odrębnych punktów. Inne wymogi, na przykład dotyczące przestrzeni wystawowej dla danej marki lub ilości pojazdów danej marki wystawionych w salonie sprzedaży, również mogą zostać złagodzone.

Możliwe jest również, że dostawcy będą zmuszeni dostosować wymogi tak zwanej tożsamości korporacyjnej, w celu zapewnienia, że nie stanowią one przeszkody dla dealera chcącego podjąć się sprzedaży marek konkurujących producentów. Konsekwencje tego będą różne, zależnie od właściwości danego przedstawicielstwa handlowego. W oczywisty sposób może się zdarzyć, że na przykład trudno będzie przedstawicielstwu handlowemu z ograniczoną przestrzenią wystawową podjąć się sprzedaży kolejnej marki, jeśli wiele wymogów⁸ nie zostanie złagodzonych. Jeśli dostawca oferuje dealerowi chcącemu podjąć się sprzedaży kolejnej marki fundusze mające na celu pomoc w spełnieniu wymogów utożsamiania się z firmą, nie może to skutkować utrudnieniem dealerowi sprzedaży dodatkowej marki.

Umowy o przedstawicielstwie handlowym powinny w jasny sposób zabezpieczać sprzedaż wielu marek i powinny jasno stwierdzać, że wymogi stanowiące przeszkody dla sprzedaży wielu marek będą dostosowane lub pominięte, jeśli dealer będzie chciał podjąć się sprzedaży marek konkurujących dostawców.

Strony muszą mieć możliwość przekazania sporu dotyczącego pominięcia lub dostosowania danego wymogu do biegłego lub arbitra.

6. Czy dostawca, który dostarcza dwóch lub więcej marek pojazdów silnikowych, może wymagać, aby dealer wystawiał te marki w oddzielnym salonie wystawowym?

Celem rozporządzenia w przypadku sprzedaży wielu marek jest wzrost konkurencji pomiędzy markami **różnych** dostawców.⁹ W oczywisty sposób producenci powinni ogólnie mieć możliwość wyboru, w jaki sposób ich własne marki mają być ze sobą powiązane, dlatego też rozporządzenie daje im prawo zastrzeżenia sobie, że ich marki nie mogą być sprzedawane razem w jednym salonie sprzedaży. Jeśli producent samochodowy A produkuje marki A1 i A2, może on zastrzec sobie, że muszą być one sprzedawane w odrębnych salonach. Nie może on jednak zastrzegać sobie, że A1 lub A2 nie może być sprzedawane w tym samym salonie co marki innych dostawców.

⁸ Przykładowo trzeba będzie odstąpić od wymagań dotyczących oznaczenia marką wejść dla klientów. Możliwe jest również, że trzeba będzie złagodzić wymogi dotyczące rozmiarów i rozmieszczenia szyldów na zewnątrz salonu sprzedaży, bądź też powierzchni wystawowej dla danej marki.

⁹ W celu bycia objętym przez rozporządzenie zobowiązanie do sprzedaży marek danego producenta nie może odnosić się do więcej niż 30 % wszystkich pojazdów nabywanych i sprzedawanych przez dealera – zobacz art. 1 ust. 1 lit. b) i art. 5 ust. 1 lit. a) rozporządzenia nr 1400/2002. Zastrzeżenia te odnoszą się również do wyłącznych umów handlowych.

W kwestii zobowiązań praktycznych, które mogą być wymagane od dealera zajmującego się sprzedażą kilku marek, zobacz pytanie 5.

7. Czy można wymagać, aby dealer, w ramach systemu dystrybucji selektywnej, nabywał 30 % swoich pojazdów silnikowych bezpośrednio od producenta lub od krajowego importera?

Podczas gdy dealer w systemie dystrybucji selektywnej może być zobowiązany do zapewnienia, że 30 %¹⁰ całkowitego zakupu pojazdów silnikowych stanowią marki danego producenta, to musi on mieć możliwość zaopatrywania się (stosowania dostaw krzyżowych) w te pojazdy u innych autoryzowanych dealerów lub krajowych importerów. Jakiegokolwiek zobowiązanie takiego dealera do nabywania 30 % całkowitego zakupu pojazdów silnikowych bezpośrednio u danego producenta lub krajowego importera nie byłoby w związku z tym objęte rozporządzeniem.¹¹

Jeśli dostawca A narzucił zobowiązanie dealerowi X, aby jego marki musiały stanowić 30 % pojazdów zakupionych przez X, X musiałyby mieć możliwość zakupu tych pojazdów u innych dealerów, sprzedawców hurtowych bądź też importerów marek producenta A, jak również miałyby możliwość kupienia do 70 % całkowitego zakupu pojazdów u dostawców innych marek. Jeśli wszyscy pozostali dostawcy narzuciliby to samo zobowiązanie zakupu 30 %, X miałyby możliwość prowadzić sprzedaż marek maksymalnie trzech dostawców. X mógłby w związku z tym przykładowo sprzedawać marki A1 i A2¹² od dostawcy A, plus B1 od dostawcy B i C1 od dostawcy C. Jest również możliwe, że drobni dostawcy lub firmy wkraczające na rynek nie narzuciliby zobowiązania 30 %, co w rezultacie umożliwiłoby X prowadzenie sprzedaży marek więcej niż trzech dostawców.

Zobacz również dział 4.5.1 broszury wyjaśniającej.

¹⁰ Zgodnie z art. 1 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 1400/2002 procent ten musi być oparty na całkowitych zakupach objętych umową towarów, dokonanych przez nabywcę, odpowiednich towarów lub ich substytutów na rynku właściwym. Jeśli dealer sprzedaje przykładowo zarówno lekkie pojazdy przeznaczone do celów gospodarczych, jak i ciężarówki, to próg 30 % musi być obliczony dla każdej z tych kategorii pojazdów oddzielnie, ponieważ należą one do różnych rynków towarowych.

¹¹ Byłoby to restrykcją w odniesieniu do dostaw krzyżowych, co stanowi rażące ograniczenie konkurencji w rozumieniu art. 4 ust. 1 lit. c) rozporządzenia nr 1400/2002.

¹² Zobowiązanie do 30 % zakupu stosuje się do towarów każdego dostawcy. Jeśli dealer sprzedaje marki A1 i A2 od dostawcy A, wtedy zobowiązanie sprzedaży 30 % odnosi się do całkowitych zakupów pojazdów obu marek.

ZAKŁADANA WYSOKOŚĆ SPRZEDAŻY/PREMIA

- 8. Jeśli dostawca przyznaje dealerowi premie w związku ze sprzedażą samochodów zakupionych bezpośrednio od dostawcy, czy musi on również przyznać premie w związku ze sprzedażą pojazdów tej samej marki zakupionych od innych członków autoryzowanej sieci (tj. pojazdów dostarczonych w ramach dostaw krzyżowych)?**

Dostawcy muszą zagwarantować, że niepłacenie premii nie równa się nakładaniu pośrednich restrykcji na dostawy krzyżowe pojazdów pomiędzy autoryzowanymi dealerami. Premie dostępne dla dealera za sprzedaż użytkownikom końcowym powinny w związku z tym być również dostępne względem sprzedaży innym dealerom posiadającym autoryzację sprzedaży danej marki.¹³ Jeśli jednak dealer X otrzymał premię w związku ze sprzedażą dealerowi Y, to nie zaistnieje żadna restrykcja w stosunku do dostawy krzyżowej, jeśli dealer Y nie otrzyma (drugiej) premii w związku z dalszą odsprzedażą tego samego pojazdu użytkownikowi końcowemu.

- 9. Czy dostawca może rozwiązać umowę z dealerem, jeśli dealer nie zdoła uzyskać uzgodnionej wysokości sprzedaży w swoim regionie?**

Według rozporządzenia nr 1400/2002 dostawcy mogą uzgadniać zakładaną wysokość sprzedaży z dealerami. Wysokości te mogą być ogólne lub mogą być ustalane w odniesieniu do regionu.

Rozporządzenie nie uniemożliwia dostawcy rozwiązania umowy z dealerem, który nie zdołał osiągnąć uzgodnionej wysokości sprzedaży. Dostawca nie może jednakże rozwiązać umowy z dealerem, jeśli nieosiągnięcie wysokości sprzedaży jest wynikiem niezdolności otrzymania odpowiedniej liczby pojazdów dla zaspokojenia popytu, włączając zapotrzebowanie od klientów spoza jego regionu¹⁴.

Dealerzy muszą mieć możliwość skierowania się do arbitrażu na wypadek sporu o ustalenie lub osiągnięcie wysokości sprzedaży, łącznie z regionalnymi wysokościami sprzedaży.

Zobacz też odpowiedź na pytanie 43 w broszurze wyjaśniającej.

¹³ W systemie dystrybucji wyłącznej premie takie muszą być również dostępne w odniesieniu do sprzedaży odsprzedawcom niezależnym.

¹⁴ Przykładowo, jeśli dealer, którego obowiązuje regionalna wysokość sprzedaży w ilości 200 pojazdów, sprzedaje 180 pojazdów w regionie, i dodatkowych 40 klientom spoza regionu, a jego dostawca nie jest w stanie dostarczyć mu pełnej ilości 240 pojazdów koniecznych do spełnienia zarówno jego regionalnego celu sprzedaży, jak i tego „spoza regionu”, wtedy to dostawca nie może rozwiązać umowy z dealerem z tytułu nieosiągnięcia zakładanej wysokości sprzedaży w regionie, ponieważ równałoby się to pośredniemu ograniczeniu sprzedaży, co zostało umieszczone na czarnej liście stosownie do art. 4 ust. 1 lit. d) i e) rozporządzenia.

AGENCI HANDLOWI

10. Czy dostawca może uniemożliwić dealerowi wyznaczenie agentów handlowych¹⁵ sprzedających pojazdy w jego imieniu?

Tak, dostawca może podejmować decyzję, czy dealer może wyznaczać lub nie agentów handlowych, i może ustalać kryteria dotyczące wykonywania czynności handlowych przez tych pośredników.

ŁĄCZENIE SYSTEMÓW DYSTRYBUCJI

11. Czy dostawca może stosować dystrybucję wyłączną i dystrybucję selektywną w różnych regionach tego samego Państwa Członkowskiego?

Rozporządzenie nr 1400/2002 nie zobowiązuje producenta do używania jednego systemu dystrybucji na całym terytorium Państwa Członkowskiego. Teoretycznie producent lub importer w Państwie Członkowskim X może posiadać system dystrybucji wyłącznej w regionie X1 i system selektywny w regionie X2. Taki dostawca jednakże nie byłby w stanie ograniczać przepływu pojazdów z jednego obszaru do drugiego, szczególnie że rozporządzenie nie zezwala dostawcom zakazywania dealerom działającym na obszarach wyłączności sprzedawania odsprzedawcom niezależnym (tj. firmom, które nie są członkami sieci producenta).

W ten sposób w powyższym przykładzie producent lub importer nie mógłby uniemożliwić (wyłącznemu) dystrybutorowi w regionie X1 sprzedaży pojazdów bezpośrednio konsumentowi w regionie X2 bądź niezależnym odsprzedawcom. Odsprzedawcy ci mogliby oczywiście prowadzić dalszą sprzedaż w regionie X2 i zasadniczo w każdym innym obszarze UE. Ponadto nie można zakazać (selektywnym) dystrybutorom w regionie X2 sprzedaży niezależnym odsprzedawcom w regionie X1¹⁶, bądź też w zasadzie jakimkolwiek konsumentom w regionie X1 zwracającym się do nich.¹⁷

Pytania dotyczące serwisowania i napraw

UZNAWANIE GWARANCJI

Zobacz pytania 1 i 2 powyżej.

¹⁵ Należy rozróżnić agenta handlowego od agenta dokonującego zakupu lub „pośrednika”. Podczas gdy pośrednik dokonuje zakupu pojazdów w imieniu konsumentów indywidualnych, agent handlowy działa w imieniu jednego lub więcej dealerów.

¹⁶ Zobacz akapit 13 rozporządzenia nr 1400/2002.

¹⁷ Tj. angażując się w „sprzedaż pasywną”.

NORMY JAKOŚCI

12. Wypełnienia jakich norm może żądać dostawca od mających autoryzację osób zajmujących się naprawami?

Większość dostawców ustala system jakościowej dystrybucji selektywnej dla napraw i obsługi, ponieważ udział rynkowy ich sieci w zakresie usług naprawczych i serwisowych dla pojazdów ich marek przewyższa 30 %. W takim systemie dostawca może określać kryteria jakości, jakie muszą być spełnione przez kandydatów w celu stania się członkiem autoryzowanej sieci usług naprawczych.

Podczas gdy oczywiste jest, że wiele z kryteriów jakości ograniczy **pośrednio** liczbę kandydatów mogących je spełnić, rzeczywiste kryteria jakości nie mogą **bezpośrednio** ograniczać liczby posiadających autoryzację osób zajmujących się naprawami ani nie mogą być nadmierne w stosunku do wymogów wynikających z charakteru usług naprawczych i serwisowych, które są przedmiotem umowy pomiędzy dostawcą a osobą zajmującą się naprawami.

Dostawcy mogą zgodnie z prawem wymagać, aby mające autoryzację osoby zajmujące się naprawami były w stanie wykonywać usługi naprawcze i serwisowe o określonej jakości i w określonych terminach. Jeśli jednak dostawca stawiałby wymogi, które nie pozwalałyby dealerowi na pewną swobodę w sposobie, w jaki dany rezultat miałby być osiągnięty, to środek taki stanowiłby kryterium selekcji ilościowej, nieobjęte wyłączeniem grupowym, szczególnie jeśli zwiększałby on niepotrzebnie koszty dostarczenia usługi.

Następujące przykłady, zaczerpnięte z faktycznych umów o dystrybucję, ilustrują tę zasadę:

- ☞ Producent może zgodnie z prawem jasno określić, że mające autoryzację osoby zajmujące się naprawami powinny być w stanie wykonywać szeroki zakres usług naprawczych i serwisowych. Aby to osiągnąć, osoba zajmująca się naprawami może potrzebować dostępu do specjalistycznych narzędzi i sprzętu, który jest potrzebny tylko sporadycznie. Podczas gdy zobowiązanie posiadania dostępu do tak rzadko używanego sprzętu jest w sposób oczywisty zgodne z prawem, wymóg rzeczywistego posiadania takiego sprzętu lub przechowywania go na miejscu nie byłby rzeczywistym kryterium jakości, ponieważ nie byłby to wymóg podyktowany charakterem danych usług naprawczych i serwisowych. W zamian, w takich okolicznościach, dostawca powinien przykładowo zezwolić mającej autoryzację osobie zajmującej się naprawami na wypożyczenie takich narzędzi.
- ☞ Wymóg zakupienia lub używania specjalistycznego dla danej marki sprzętu diagnostycznego, gdy dostępny jest jednakowy sprzęt ogólny, również nie byłby prawdziwym kryterium jakościowym i nie byłby w związku z tym objęty rozporządzeniem. Ponadto wymóg taki prawdopodobnie ograniczałby pośrednio świadczenie usług naprawczych i serwisowych w zakresie pojazdów wielu marek, ponieważ osoba zajmująca się naprawami musiałaby posiadać specjalistyczny sprzęt diagnostyczny dla każdej marki, co zmniejszyłoby oszczędności skali wynikające z prowadzenia napraw pojazdów wielu marek.

- ☞ Wymóg dla każdej mającej autoryzację osoby zajmującej się naprawami posiadania myjni samochodowej również nie byłby prawdziwym kryterium jakości. Podczas gdy uzasadnionym interesem producenta może być sprecyzowanie, że osoba zajmująca się naprawami powinna mieć dostęp do sprzętu w celu umycia pojazdów klientów wymagających takiej usługi, sposób osiągnięcia tego celu powinien być pozostawiony autoryzowanej osobie zajmującej się naprawami; może ona przykładowo zabrać pojazd do pobliskiej stacji benzynowej posiadającej myjnię samochodową.
- ☞ Oczywiście jest, że uzasadnionym interesem dostawcy jest zapewnienie, że sprzęt elektroniczny używany przez osobę zajmującą się naprawami do kontaktowania się z nim pracuje wydajnie i bezpiecznie i że jest zgodny z systemem informatycznym dostawcy. Jednakże wymóg używania wąsko wyspecjalizowanych rozwiązań technicznych do takiej komunikacji nie byłby prawdziwym wymogiem jakości, jeśli dealer mógłby osiągnąć te same cele w tańszy lub bardziej elastyczny sposób. Jeśli osoba zajmująca się naprawami potrzebuje pewnych danych technicznych w celu połączenia swojego systemu informatycznego z systemem informatycznym dostawcy, to powinno to być umożliwione.
- ☞ Wymóg udostępnienia tymczasowych pojazdów zastępczych klientom, których własne pojazdy są serwisowane lub naprawiane, jest ważnym kryterium jakości. Jednakże podczas gdy zobowiązanie do zdolności zaoferowania takich usług jest zazwyczaj uzasadnione, wymóg posiadania w rzeczywistości własnych samochodów zastępczych nie byłby prawdziwym kryterium jakości, ponieważ nie byłby to wymóg podyktowany charakterem danych usług naprawczych i serwisowych. Dostawca powinien przykładowo zezwolić, aby mające autoryzację osoby zajmujące się naprawami zapewniły klientom zdolność poruszania się poprzez udostępnienie pojazdów wynajętych. Strony muszą mieć możliwość przekazania sporów dotyczących oceny takich wymogów do niezależnego biegłego bądź arbitra¹⁸.

13. Czy dostawca może wymagać od kandydujących osób zajmujących się naprawami spełnienia dodatkowych kryteriów w porównaniu z kryteriami wymaganymi od obecnych członków sieci usług naprawczych?

Ogólnie mówiąc, nie. Większość dostawców ustala system jakościowej dystrybucji selektywnej dla napraw i obsługi, ponieważ udział rynkowy ich sieci w zakresie usług naprawczych i serwisowych dla pojazdów ich marek przewyższa 30 %. Żądanie od kandydatów spełnienia większej liczby kryteriów od tej wymaganej w stosunku do obecnych uczestników systemu dystrybucji nie byłoby zgodne z charakterem systemu jakościowego i nie byłoby objęte rozporządzeniem.

¹⁸ Artykuł 3 ust. 6 rozporządzenia nr 1400/2002.

14. Czy dostawca musi ustalać identyczne kryteria dla wszystkich członków autoryzowanej sieci usług naprawczych?

Nie jest to konieczne. Dostawca musi ustalać identyczne kryteria jakości i stosować je w ten sam sposób w stosunku do wszystkich osób zajmujących się naprawami, które są w podobnej sytuacji (zasada niedyskryminacji). Dostawca może jednak przykładowo wymagać od osób zajmujących się naprawami w dobrze prosperujących miejskich obszarach spełnienia innych norm niż te w obszarach wiejskich lub może wymagać od dużych warsztatów uznania kryteriów innych niż od warsztatów małych.

15. Czy dostawca może odmówić przyznania autoryzacji osobie zajmującej się tylko naprawami nadwozi (warsztat nadwozi) i nieprzeprowadzającej napraw innego rodzaju, takich jak naprawy mechaniczne?

Odpowiedź zależy od tego, czy dostawca posługuje się **ilościowym** czy tylko **jakościowym** systemem selektywnym przy przyznawaniu autoryzacji osobom zajmującym się naprawami. (Dostawca posługujący się ilościowym systemem może korzystać z rozporządzenia tylko, jeśli jego udział w rynku usług naprawczych i serwisowych danej marki jest niższy niż 30%)

Wymóg dotyczący zakresu usług, jakie firma musi oferować jest ogólnie uważany za ważne kryterium **jakości** i dlatego też jest dozwolony w ramach czysto **jakościowego** systemu selektywnego. Dlatego też, mówiąc ogólnie, dostawca posługujący się jakościowym systemem selektywnym może odmówić autoryzacji punktom działającym „tylko jako warsztaty nadwozi”. Jedną z cech charakterystycznych czysto jakościowego systemu jest jednakże to, że dostawcy nie mogą różnicować uczestników tego systemu. Dlatego też, jeśli dostawca włączył już inne osoby zajmujące się tylko naprawami nadwozi w swoją autoryzowaną sieć, nie może on odmówić przyjęcia kolejnych osób zajmujących się tylko naprawami nadwozi, chyba że te nie spełniają kryteriów jakości dla takich punktów.

Z drugiej strony dostawca operujący systemem **ilościowym** może zawsze odmówić autoryzacji danej osobie zajmującej się tylko naprawami nadwozi, nawet jeśli przyznał on już autoryzację innym punktom napraw nadwozi i jeśli nowy kandydat spełnia kryteria jakości.

Ta sama zasada stosowana jest w stosunku do kandydatów zajmujących się naprawami chcących dostarczać inne ograniczone zakresy usług w ramach sieci, takich jak punkty „szybkich napraw”, które koncentrują się wymianie rur wydechowych, opon, hamulców bądź amortyzatorów.

16. Czy dostawca może odmówić autoryzacji dystrybutorom części zamiennych, którzy nie przeprowadzają napraw pojazdów?

Zazwyczaj nie. W ogromnej większości przypadków dostawcy przekraczają próg 30% udziału w rynku dla pewnych kategorii części zamiennych i w związku z tym, aby podlegać rozporządzeniu posługują się oni selekcją jakościową przy wyborze autoryzowanych punktów sprzedaży części zamiennych. Pojawia się zatem pytanie czy zobowiązanie świadczenia usług naprawczych pojazdów w ramach sieci

producenta jest ważnym wymogiem jakościowym dla dystrybutora części zamiennych. Aby to ustalić należy zbadać czy wymóg ten (uzyskanie również autoryzacji na naprawę pojazdów) jest obiektywny i wymagany ze względu na charakter produktu (części zamienne). Charakter części zamiennych w żaden sposób nie wymaga sprzedaży wyłącznie przez firmy uprawnione do naprawy pojazdów danej marki, i takie zobowiązanie równa się z związku z tym z wymogiem, który nie może podlegać zwolnieniu zgodnie z rozporządzeniem w kontekście systemu jakościowej dystrybucji selektywnej.

PUNKTY NAPRAWY POJAZDÓW WIELU MAREK

17. Jakie wymogi praktyczne może narzucić dostawca osobie zajmującej się naprawami, która pragnie uzyskać autoryzację od konkurujących producentów?

Zasady wyłożone w odpowiedzi na pytanie 5 dotyczące dealerów wielu marek są również stosowane do punktów naprawy pojazdów wielu marek.

Pytania ogólne

18. Czy dostawca musi stosować odrębne umowy dla sprzedaży pojazdów i dla usług naprawczych i serwisowych?

Nie. Dostawca może wybrać stosowanie odrębnych umów dla każdej działalności lub też może wybrać stosowanie jednej umowy w przypadku dealerów, którzy są również uprawnieni do zajmowania się naprawami.

Jednakże, niezależnie od tego czy istnieje jedna umowa czy też kilka, firma prowadząca zarówno sprzedaż jak i usługi naprawcze i serwisowe musi mieć możliwość zakończenia¹⁹ zobowiązań wynikających z umowy odnoszących się do jednej z tych działalności bez konieczności sporządzania nowej umowy z dostawcą dotyczącej pozostałej działalności. Przykładowo, dealer posiadający umowę obejmującą zarówno sprzedaż jak i naprawy i pragnący wycofać się ze sprzedaży detalicznej nowych samochodów przy jednoczesnym zachowaniu statusu mającej autoryzację osoby dokonującej napraw, to powinien on mieć taką możliwość w ramach istniejącej umowy.

19. Do jakiego stopnia dostawca może mieć dostęp do informacji handlowych dealera bądź osoby zajmującej się naprawami, również uprawnionej do sprzedaży lub napraw pojazdów marek konkurujących producentów?

Uzasadnionym interesem dostawcy może być upewnienie się, że przedstawicielstwo handlowe lub autoryzowany zakład napraw jest w dobrej kondycji finansowej i może

¹⁹ Konieczne będzie jednak przestrzeganie wszelkich wymogów kontraktowych dotyczących wypowiedzenia.

on w związku z tym poprosić o wgląd w ogólną księgowość dealera lub mającej autoryzację osoby zajmującej się naprawami. Dostawca nie ma prawa jednakże żądać dostępu do określonych danych dotyczących sprzedaży lub serwisowania pojazdów innych marek, ponieważ inni dostawcy mogą być przeciwni sprzedaży i serwisowaniu ich pojazdów przez dealera lub osobę zajmującą się naprawami, którzy podlegają takiej kontroli. Ponadto, wymiana ważnych ze względów handlowych informacji odnoszących się do sprzedaży i świadczenia usług naprawczych może również stwarzać inne problemy związane z konkurencją.

W sytuacji, kiedy dostawca uważa za konieczne sprawdzenie dokumentów dealera lub osoby zajmującej się naprawami w zakresie pojazdów wielu marek, to powinien on zapłacić za przeprowadzenie takiej kontroli przez osobę niezależną, taką jak księgowy, która uszanuje poufny charakter danych.

20. Jeśli dealer lub osoba zajmująca się naprawami danej marki pragnie sprzedać swój punkt sprzedaży lub napraw innemu dealerowi lub osobie zajmującej się naprawami tej samej marki, to czy musi on złożyć najpierw ofertę dostawcy tej marki? Czy musi on poinformować dostawcę o zamierzonej sprzedaży z dużym wyprzedzeniem?

Rozporządzenie daje każdemu dealerowi, który pragnie sprzedać swoją firmę handlową, prawo do jej sprzedaży innemu wybranemu dealerowi w ramach sieci producenta. Podobnie dzieje się w przypadku osoby zajmującej się naprawami, która musi mieć możliwości sprzedaży innej wybranej osobie zajmującej się naprawami należącej do sieci tej samej marki. Rozporządzenie nie zawiera w związku z tym żadnego wymogu zobowiązującego dealera lub osobę zajmującą się naprawami do złożenia oferty sprzedaży dostawcy przez złożeniem jej innym dealerom lub osobom zajmującym się naprawami (prawo pierwokupu).

Dealer lub osoba zajmująca się naprawami może spotkać się z wymogiem poinformowania dostawcy o zamiarze sprzedaży firmy handlowej lub świadczącej usługi naprawcze, ale nie może to opóźnić transferu. Wymóg uprzedniego zawiadomienia na cztery tygodnie przed faktycznym przekazaniem firmy jest w związku z tym wystarczający.