

Marek Konieczny

Model agencyjny i handel przez Internet – główne zmiany w nowym rozporządzeniu GVO/VBER 2022

Zasady prawne, na bazie których powstaną nowe umowy dealerskie



1

ROZPORZĄDZENIE Komisji UE 2022/720 z dn. 10 maja 2022 w sprawie stosowania art.101 ust.3 Traktatu o funkcjonowaniu UE do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych

2

Komunikat KE WYTYCZNE w sprawie ograniczeń wertykalnych z dnia 10 maja 2022

3

Dyrektywa 86/653/EWG z dnia 18 grudnia 1986 r. w sprawie koordynacji ustawodawstw Państw Członkowskich odnoszących się do przedstawicieli handlowych działających na własny rachunek

Co to są wytyczne w sprawie ograniczeń wertykalnych?

*

„KE pragnie pomóc przedsiębiorstwom w dokonaniu **własnej oceny** porozumień”

*

Wytycznych **NIE MOŻNA** stosować automatycznie

*

„KE będzie **stale monitorowała** stosowania Wytycznych”

Nowe GVO/VBER 2022/720. Ramy czasowe

Wejście w
życie



1.06.
2022

Koniec okresu
przejściowego



1.06.
2023

Koniec
obowiązywania



31.05.
2034



**Stare zasady dla tych co zostają
w „systemie dealerskim”**

Najważniejsze zasady PO STAREMU



DYSTRYBUCJA WYŁĄCZNA



Dostawca (importer) przyznaje dane terytorium lub grupę klientów **wyłącznie wyznaczonemu dystrybutorowi lub dystrybutorom** (wyłączność wspólna)



System niestosowany obecnie w dystrybucji pojazdów



BEZ ZMIAN

DYSTRYBUCJA SELEKTYWNA



Dostawca (importer) **wybiera swoich dystrybutorów (dealerów)** na określonym terenie wg określonych kryteriów, a dystrybutor zobowiązuje się nie sprzedawać towarów nieautoryzowanym odsprzedawcom



SELEKCJA ILOŚCIOWA



SELEKCJA JAKOŚCIOWA



BEZ ZMIAN

30 PROCENT



Aby umowa podlegała wyłączeniom zawartym w GVO/VBER udział dostawcy/dystrybutorów w rynku właściwym **nie może przekraczać 30 %**



BEZ ZMIAN

MODEL AGENCYJNY

Importerom nie będzie łatwo



Model dystrybucji wertykalnej „dealerskiej”



Model „prawdziwej” dystrybucji agencyjnej



Definicja umów agencyjnych

*

Agent jest osobą prawną lub fizyczną, której udziela się pełnomocnictwa do negocjowania lub zawierania umów na rzecz innej osoby, działającą **w imieniu dającego zlecenie lub we własnym imieniu.**

Prawdziwa umowa agencyjna

*

Agent **w większości przypadków** nie działa jako niezależny podmiot gospodarczy

*

Oznacza to, że agent **nie ponosi żadnego lub jedynie nieznaczne ryzyko** finansowe związane z umowami zawartymi w imieniu dostawcy (importera)

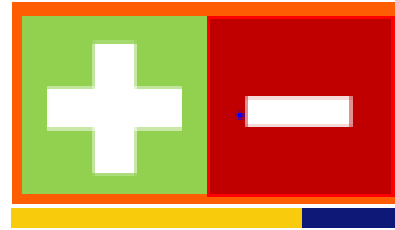
Prawdziwa umowa agencyjna



Umowy agencyjne nie są objęte zakresem stosowania art. 101 ust.3, a tym samym nie podlegają regułom zawartym w GVO/VBER



Wolno?/Nie wolno?



Agent działa w swoim imieniu na rzecz importera

„Prawdziwa” umowa agencyjna

Agent nie ponosi **ŻADNEGO** lub w niewielkim stopniu ryzyka finansowego lub handlowego

związanego bezpośrednio z umowami w tym:

1

z FINANSOWANIEM STOKU

2

z UTRZYMANIEM LINII KREDYTOWYCH

3

z KOSZTAMI PRZECHOWYWANIA ZAPASÓW

„Prawdziwa” umowa agencyjna

Agent nie ponosi ŻADNEGO lub w niewielkim stopniu ryzyka finansowego lub handlowego

związanego z inwestycjami dla konkretnego rynku
w tym:

1

ze **STANDARDAMI DOSTAWCY/IMPORTERA**

2

z **KOSZTAMI STANDARYZACJI BUDYNKÓW,
WYPOSAŻENIA I SYSTEMU IDENTYFIKACJI**

KE nazywa to „inwestycjami utopionymi”, ale za takie **nie**
uznaje samych budynków i wyposażenia niemarkowego

„Prawdziwa” umowa agencyjna

Agent nie ponosi **ŻADNEGO** lub w niewielkim stopniu ryzyka finansowego lub handlowego

związanego z innymi działaniami wymaganymi przez dostawcę (importera):

1

.....

2

.....

3

.....

Co to znaczy w niewielkim stopniu?



Według KE należy to oceniać indywidualnie poprzez odniesienie do:

 *

PRZYCHODÓW Z USŁUG AGENCYJNYCH

A NIE

 *

**PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY TOWARÓW i
USŁUG, OBJĘTYCH UMOWĄ AGENCYJNĄ**

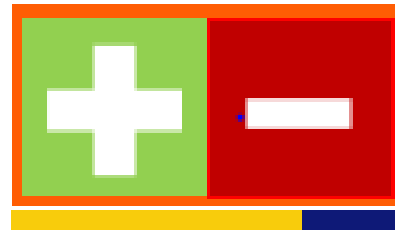
Główne cechy umowy agencyjnej



Agent nie nabywa własności towarów objętych umową, ale może „**tymczasowo na bardzo krótki okres**” nabyć takie prawa pod warunkiem, że agent nie ponosi kosztów i ryzyka związanego z przeniesieniem własności.



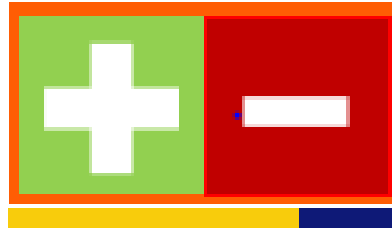
Wolno?/Nie wolno?



Agent ma obowiązek wystawić fakturę dla klienta w ciągu 2 dni od daty wystawienia faktury przez importera i ma 3 dni na wydanie pojazdu klientowi



Wolno?/Nie wolno?



***Za zamówienia i dostawę odpowiada
importer bez wpływu agenta***

Główne cechy umowy agencyjnej



Agent **nie ponosi kosztów dostawy i transportu towarów**. Agent może organizować transport, ale koszty musi ponieść dostawca/importer.

Główne cechy umowy agencyjnej



Agent **nie utrzymuje na własny koszt i ryzyko zapasu towarów**, w tym nie ponosi kosztów finansowania zapasów, kosztów uszkodzenia towarów i może zwrócić dostawcy (importerowi) niesprzedane towary, o ile nie ponosi winy za uszkodzenie towarów.

Główne cechy umowy agencyjnej



Agent **nie ponosi odpowiedzialności za niedopełnienie umowy przez klienta (np. brak płatności, brak odbioru towaru)**, z wyjątkiem utraty prowizji, o ile agent nie ponosi winy za niedopełnienie bezpieczeństwa transakcji lub towarów.

Główne cechy umowy agencyjnej



Agent nie ponosi odpowiedzialności wobec klientów za straty i szkody powstałe przy dostawie towarów, chyba że szkody wynikły z winy agenta.

Główne cechy umowy agencyjnej



Agent nie ponosi kosztów promocji sprzedaży, w tym nie uczestniczy w kosztach reklamowych dostawcy (importera).

Główne cechy umowy agencyjnej



Agent nie ponosi kosztów inwestycji w:

- lokale
- wyposażenie
- szkolenie personelu
- reklamę towarów

dotyczące towarów objętych umową, chyba że otrzymuje od dostawcy (importera) pełen zwrot kosztów

Główne cechy umowy agencyjnej



Jako **przykłady takich inwestycji KE** wymienia:

- zbiornik magazynowy paliwa w przypadku stacji benzynowej
- specjalistyczne oprogramowanie w przypadku agentów ubezpieczeniowych
- reklamę tras i destynacji w przypadku biur podróży

Agent nie ponosi ŻADNYCH lub niewielkie kosztów i ryzyk:

1

Związanych z **FINANSOWANIEM, TRANSPORTEM i PRZECHOWYWANIEM TOWARÓW**

2

Związanych z **MARKETINGIEM i REKLAMĄ**

3

Związanych z **REALIZACJĄ UMÓW PRZEZ KLIENTÓW**

4

Związanych z **INWESTYCJAMI (OBIEKTY, WYPOSAŻENIE, PERSONEL)**

Zwrot kosztów w ramach umowy agencyjnej



Dostawca (importer) może zwracać agentowi ponoszone koszty poprzez:

1

KWOTY RYCZAŁTOWE

2

KWOTY PROCENTOWE OD PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY

Zwrot kosztów w ramach umowy agencyjnej



Dostawca (importer) musi zapewnić agentowi:

 *

SYSTEM prostego deklarowania poniesionych kosztów, przekraczających powyższe kwoty

 *

W przypadku kwot **PROCENTOWYCH** dostawca musi dodatkowo uwzględnić koszt inwestycji w początkowym okresie, nawet jeśli **AGENT** nie dokonuje sprzedaży (**GREENFIELD APPROACH**)

Pozorna umowa agencyjna



Jeśli agent ponosi przynajmniej jedno z powyższych ryzyk lub kosztów umowa nie może być uznana za agencyjną



Pozorna umowa agencyjna



**Do takich umów będą stosowane
przepisy GVO/VBER jak do zwykłej
umowy dealerskiej**



PODSUMOWANIE

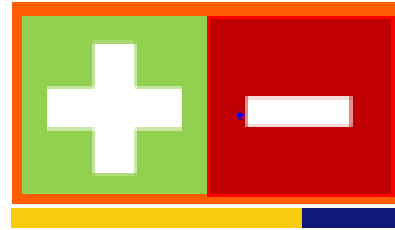


**Jeśli umowa spełnia warunki by
zakwalifikować ją jako agencyjną TO
DZIAŁALNOŚĆ AGENTA STANOWI
CZĘŚĆ DZIAŁALNOŚCI DOSTAWCY**





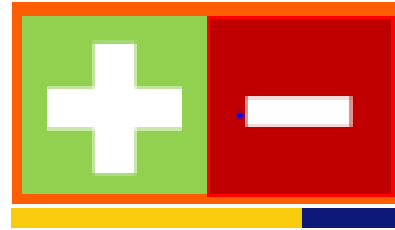
Wolno?/Nie wolno?



*Importer z siecią agencyjną może sprzedawać
bezpośrednio bez ograniczeń*



Wolno?/Nie wolno?



Importer nie ma obowiązku zawiadomienia agenta o zmianach modelu, zatrzymaniu lub likwidacji produkcji

PODSUMOWANIE



Umowy agencyjne nie są objęte zakresem stosowania art. 101 ust.3, a tym samym nie podlegają regułom zawartym w GVO/VBER

PODSUMOWANIE



W związku z tym dostawca (importer) **może narzucić agentowi dowolne warunki**, które nie wchodzą w zakres stosowania art. 101 ust. 3 w tym:

1 OGRANICZENIE TERYTORIUM DZIAŁANIA

2 OGRANICZENIE GRUP KLIENTÓW

3 USTALANIE CEN I WARUNKÓW SPRZEDAŻY

PODSUMOWANIE



ALE umowa agencyjna nie może naruszać art. 101 ust.1 i nie może w niej być „klauszul zakazanych” w tym :

1

NARZUCANIA JEDNOMARKOWOŚCI

2

ZAKAZU KONKURENCJI PO ZAKOŃCZENIU WSPÓŁPRACY

DYREKTYWA O AGENTACH 86/653/EWG



Prawdziwa umowa agencyjna **musi podlegać zasadom** opisanym w dyrektywie m.in.:



Prowizja agencyjna musi być zapłacona najpóźniej do ostatniego dnia miesiąca następującego po kwartale w którym stała się wymagalna



Agent ma prawo żądać od zleceniodawcy dokumentacji, w tym wyciągu z ksiąg handlowych w celu ustalenia wysokości prowizji

DYREKTYWA O AGENTACH 86/653/EWG



Prawdziwa umowa agencyjna musi podlegać zasadom opisanym w dyrektywie:



Okres wypowiedzenia umowy agencyjnej w pierwszym roku to co najmniej 1 miesiąc, w drugim roku – 2 miesiące, w trzecim roku – 3 miesiące.



W umowie agencyjnej może być zawarta klauzula zakazu konkurencji na okres **do 2 lat** po zakończeniu umowy.

DYREKTYWA O AGENTACH 86/653/EWG



Prawdziwa umowa agencyjna musi podlegać zasadom opisanym w dyrektywie:



Po wypowiedzeniu umowy agentowi przysługuje **świadczenie wyrównawcze lub odszkodowawcze:**

- Za pozyskanie nowych klientów, za zwiększenie obrotów
- Kwota świadczenia wynosi nie więcej niż suma prowizji za 1 rok

„PRAWDZIWY” model agencyjny



”

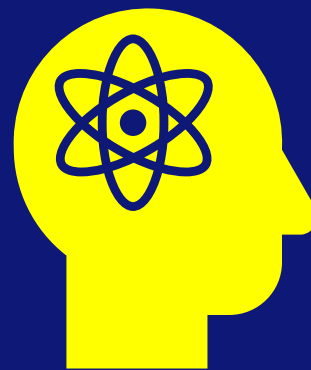
*Prawdziwy system agencyjny dla VBER to **bezpośrednia sprzedaż przez producenta. I jako taka nie podlega VBER lecz ogólnym zasadom konkurencji.***

„POZORNY” model agencyjny



”

*W przypadku zakwalifikowania systemu
jako „**pozorny**” model agencyjny
będzie on podlegał zasadom VBER .*



Pozorna umowa agencyjna I CO DALEJ?

Specjalny webinar jeszcze w wakacje



„Producent może określić „prawdziwemu” agentowi wszystko: ceny, klientów, standardy czy obszar działania. W zamian musi jednak ponieść wszystkie koszty i ryzyka agenta ”

DEALER

		%
+	MARŻA PODSTAWOWA	10
+	BONUSY	4
+	WSPARCIE OEM	1
+	F&I	2
-	RABATY DLA KLIENTA	9
-	KOSZTY OPERACYJNE	5
	ZYSK	3

AGENT

		%
+	WYNAGRODZENIE AGENTA	5
+	BONUSY	0
+	WSPARCIE OEM	0
+	F&I	2
-	RABATY DLA KLIENTA	0
-	KOSZTY OPERACYJNE	4
	ZYSK	3

MODEL AGENCYJNY. Ograniczenie przewag

- 1 LEPSZE ZASOBY FINANSOWE
- 2 SPRAWNOŚĆ STOKOWA
- 3 WYSOKA MARŻOWOŚĆ
- 4 SPRAWNOŚĆ KOSZTOWA

MODEL AGENCYJNY. Ograniczenie przewag

- 1 ~~LEPSZE ZASOBY FINANSOWE~~
- 2 ~~SPRAWNOŚĆ STOKOWA~~
- 3 ~~WYSOKA MARGŻOWOŚĆ~~
- 4 ~~SPRAWNOŚĆ KOSZTOWA~~

1

Łatwość multiplikacji. „Identyczne” wskaźniki biznesowe.

2

Łatwość akwizycji. Liczy się tylko lokalizacja i jakość personelu

3

Psychologiczne aspekty wychodzenia z rynku.
Potrzeba bycia PRZEDSIĘBIORCĄ

4

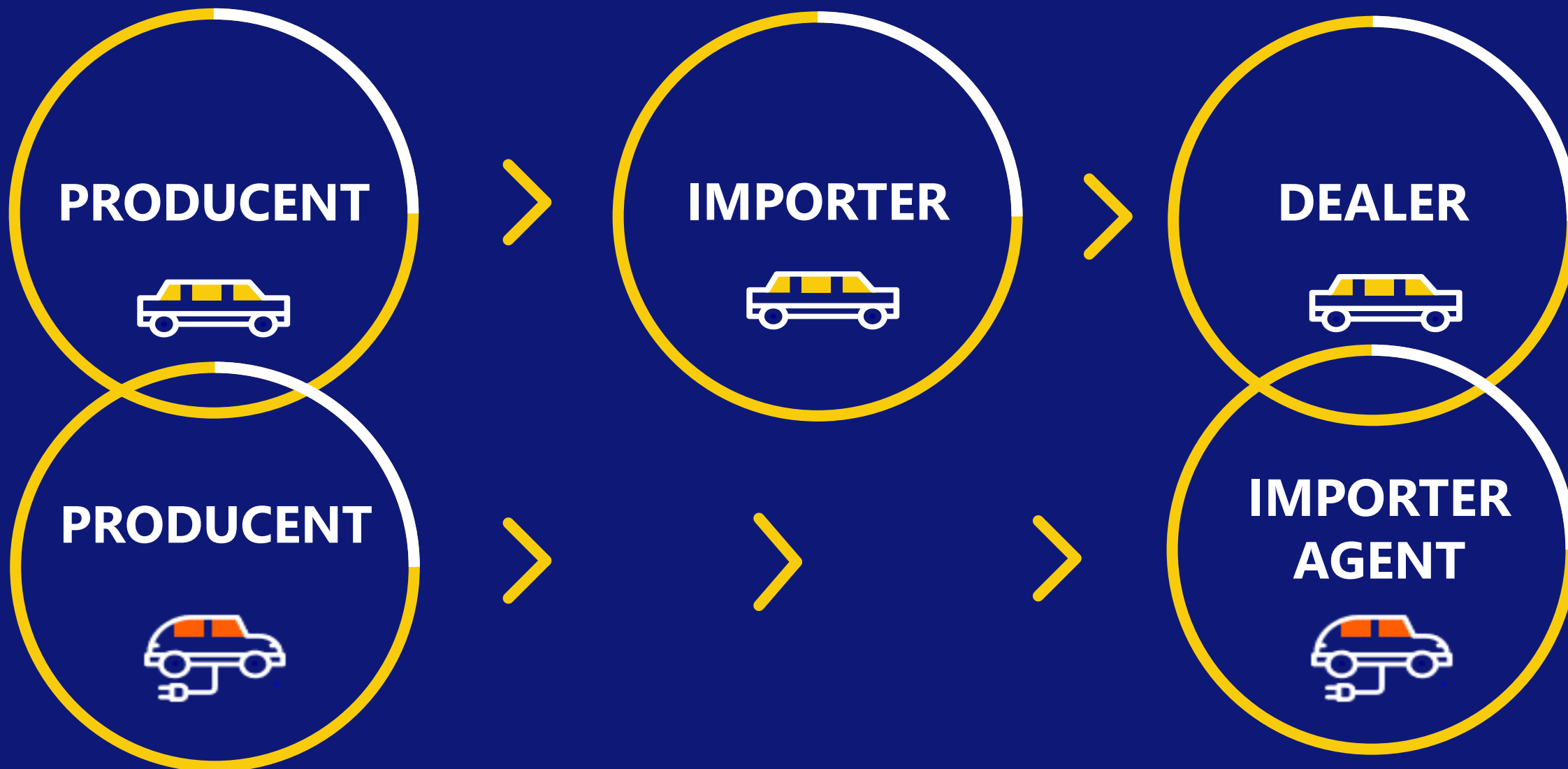
SZANSA dla MAŁYCH?

DUAL ROLE AGENTS

Trudne, albo i niemożliwe



DUAL role agents



Definicja

*

Niezależny **dystributor (dealer)** niektórych towarów dostawcy (importera), który działa jako **agent** w odniesieniu do innych towarów dostawcy (importera).

WARUNKI KONIECZNE

Warunkami takiego połączenia są:

1

Skuteczne **WYODRĘBNIE**NIE działań i ryzyk objętych umową agencyjną

2

Pełna **SWOBODA** dystrybutora (dealera) zawarcia umowy agencyjnej. **BRAK PRZYMUSU PRAWNEGO i EKONOMICZNEGO**

WARUNKI KONIECZNE



KE uważa, że stworzenie zgodnego z prawem modelu dual role agent będzie trudne z powodu:

1

Ryzyka, że warunki umowy agencyjnej będą miały **wpływ na swobodę działalności** jako dystrybutora (dealera), zwłaszcza w zakresie swobodnego kształtowania cen

2

Trudności/**braku możliwości rozgraniczenia** kosztów i inwestycji

KLAUZULE ZAKAZANE

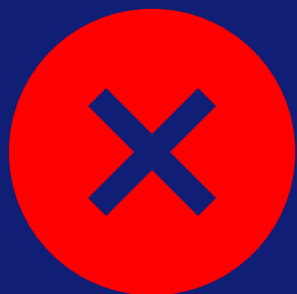


KE uważa, że:

3

za niezgodne z prawem konkurencji należy uznać wykorzystywanie modelu dual agent **do kontrolowania cen detalicznych u dystrybutorów (dealerów)**

Klauzulą zakazaną jest bowiem narzucanie dealerowi cen minimalnych lub stałych



KOSZTY



Jakie koszty dostawca (importer) powinien zwrócić dystrybutorowi (dealerowi) przy wprowadzaniu modelu DUAL AGENT?:

1

Wszystkie, które **hipotetycznie musi ponieść nowa firma by zostać agentem**

2

Ale zwrot kosztów może być dostosowany **proporcjonalnie do infrastruktury dystrybutora (dealera), który staje się także agentem**

Przykładowy wariant zwrotu kosztów (wg Wytycznych)

Produkt **B** i
Produkt **A** to
TEN SAM
rynek
produktowy

Produkt **B**



Umowa wertykalna/dealerska

Produkt **A**



Umowa agencyjna

 Dostawca (importer) **ponosi koszty inwestycyjne** (wyposażenie, szkolenia, personel) w zakresie **Produktu A i Produktu B**. Bo należą do tego samego rynku produktowego*

Przykładowy wariant zwrotu kosztów (wg Wytycznych)

Produkt **C** i
Produkt **A** to
INNY
rynek
produktowy

Produkt **C**



Umowa wertykalna/dealerska

Produkt **A**



Umowa agencyjna

 Dostawca (importer) **ponosi koszty inwestycyjne** (wyposażenie, szkolenia, personel) **TYLKO** w zakresie **Produktu A**. Bo Produkt C należy do innego rynku produktowego

DUAL role agents. **NA GRANICY PRAWA**

1

Dozwolone jedynie łączenie umowy dealerskiej z „**prawdziwą**” **umową agencyjną**

2

W przypadku jednej firmy i obiektu **konieczność** ponoszenia przez importera **kosztów tak agenta jak i dealera**

3

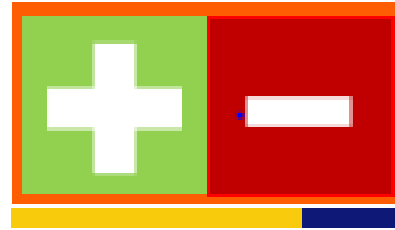
Więc, realna konieczność osobnych firm i obiektów

4

Pełna swoboda zawierania dodatkowej umowy agencyjnej przez dealera



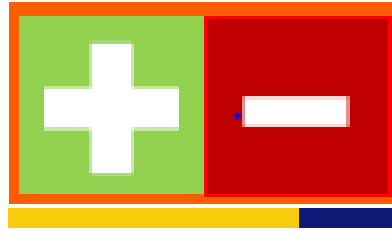
Wolno?/Nie wolno?



Agent nie ma prawa do fakturowania innego wynagrodzenia poza agencyjnym



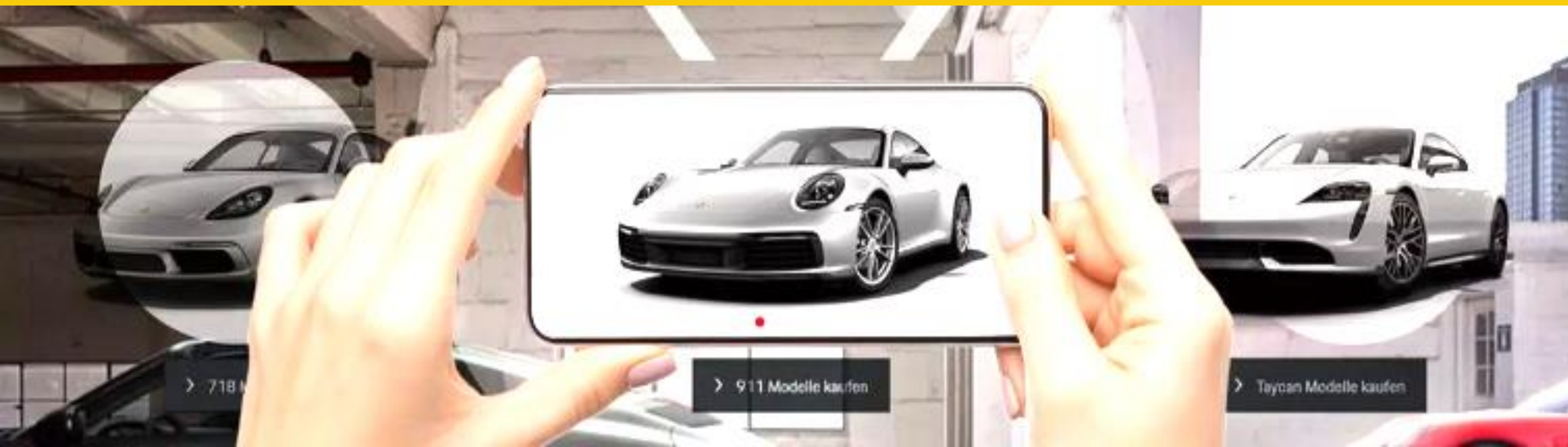
Wolno?/Nie wolno?



Agent ma obowiązek posiadania umowy serwisowej

HANDEL PRZEZ INTERNET

Na progu jutra





*„Sprzedaż przez **Internet** została uznana przez KE za **rozwinięty i równoważny kanał sprzedaży** i jako taki nie wymagający już szczególnej ochrony”*

Dlaczego KE ograniczyła handel internetowy?

*

Możliwość wykorzystywania sklepów stacjonarnych/usług przedsprzedażowych do sprzedaży online przez innego dystrybutora (dealera)

Klient ogląda i pyta u dealera stacjonarnego – kupuje online

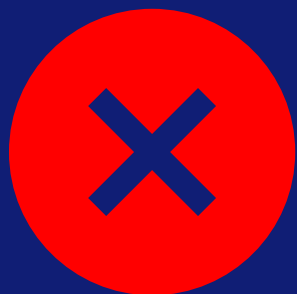
*

W związku z powyższym **KE zwiększa prawa dostawcy (importera)** do kontroli działań dystrybutorów(dealerów) w Internecie

Ograniczenie terytorium działalności (art.4 c VBER)



Dostawca (importer) w systemie selektywnym **nie może ograniczyć dystrybutorom (dealerom) terytorium na którym sprzedają towary ani grup klientów, którym sprzedają towary.**

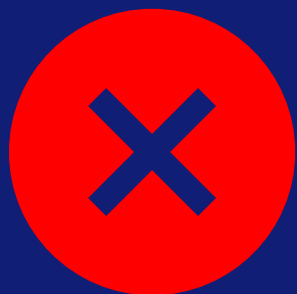


BEZ ZMIAN

Ograniczenie sprzedaży online (art.4 c VBER)



W interpretacji Wytycznych KE oznacza to **zakaz bezpośredniego lub pośredniego ograniczenia przez dostawcę (importera) sprzedaży towarów online przez dystrybutora (dealera). BO OGRANICZA TERYTORIUM**



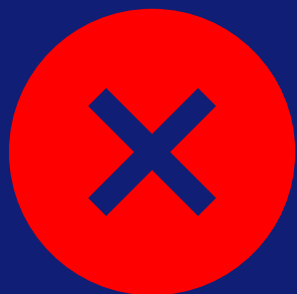
NEW

Ograniczenie sprzedaży online (art.4 c VBER)



Takie ograniczenie może być wprowadzane **bezpośrednio** lub **pośrednio** przez m.in:

- Wymóg uzyskania zgody dostawcy
- Zmniejszenie premii/upustów
- Ograniczenie dostaw
- Groźby audytów
- Ograniczenie języków na stronie www
- Premiowania za zaprzestanie handlu online
- **Ograniczenie usług gwarancyjnych na terenie UE**

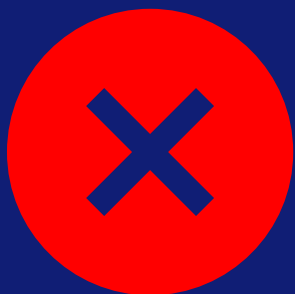


Ograniczenie sprzedaży online (art.4 c VBER)



Dodatkowo w sprzedaży online wytyczne **zakazują dostawcom (importerom):**

- Wymaganie aby strona www dystrybutora **nie była widoczna poza jego terytorium** działania **lub** **przekierowywała automatycznie** ruch na stronę dostawcy
- Wymaganie **nie uznawania płatności** spoza terytorium
- Ograniczenia **prawa do używania nazw i znaków** dostawcy na stronach dystrybutora

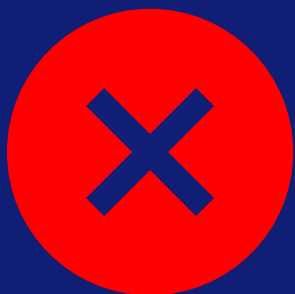


Ograniczenie sprzedaży online (art.4c VBER)



Dodatkowo w sprzedaży online wytyczne **zakazują dostawcom (importerom):**

- Bezpośredniego lub pośredniego zakazu korzystania z konkretnych rodzajów reklamy internetowej np.
 - porównywarek cen
 - wyszukiwarek



Ograniczenie sprzedaży online (art.4 c VBER)



*

Wytyczne pomimo tych ogólnych zakazów **pozwalają dostawcom (importerom) na:**

Wprowadzenie w sprzedaży online **standardów importerskich** np.

- **standardów wyglądu strony www**
- **standardów dotyczących prezentacji i ilości produktów na stronie www**

Ograniczenie sprzedaży online (art.4 c VBER)



Pozwalają także **dostawcom (importerom)** na:

- Bezpośredni lub pośredni zakaz dystrybutorom na sprzedaż na **internetowych platformach handlowych**
- Wymóg posiadania przez dystrybutora co najmniej jednego salonu stacjonarnego
- Wymóg aby dystrybutor **sprzedawał stacjonarnie określoną część towaru**. Dozwolone jest określenie liczbowe, ale procentowe jest zakazane



Ograniczenie sprzedaży online (art.4c VBER)



Pozwalają także dostawcom (importerom) na:

- Wprowadzenie **systemu podwójnych cen** tzn. innej ceny dostawy dla towarów sprzedawanych stacjonarnie, a innej dla towarów do sprzedaży online
- Różnica cen **musi być związana z różnicą** w kosztach miejsca dystrybucji



Ograniczenie sprzedaży online (art.4 c VBER)



Dostawca (importer) może także wprowadzić standardy reklamy internetowej w zakresie:

- Jakości
- Treści i zakresu informacji
- Zakazu korzystania z usług dostawców reklam, którzy nie spełniają standardów jakości



PODWÓJNE STANDARDY SPRZEDAŻY



Dostawca może narzucić dystrybutorom różne standardy **sprzedaży stacjonarnej i internetowej** np.:

- Posiadanie hotline sprzedażowego dla sprzedaży w Internecie
- Wymóg zwrotu kosztów towaru zakupionego w Internecie
- Stosowanie w Internecie określonych standardów płatności



Ograniczenia w korzystaniu z internetowych platform handl.

*

Internetowe platformy handlowe to takie platformy, które umożliwiają **bezpośredni zakup towaru**.

Platformy, które jedynie przekierowują na stronę sprzedaży (np. dystrybutora) to **platformy reklamowe**.

Ograniczenia w korzystaniu z internetowych platform handl.

Dostawca może ograniczyć dystrybutorom korzystanie z internetowych platform handlowych:

- **Całkowicie**
- **Pośrednio** przez narzucenie standardów/ograniczeń jakościowych



Ograniczenia w korzystaniu z internetowych platform handl.



*

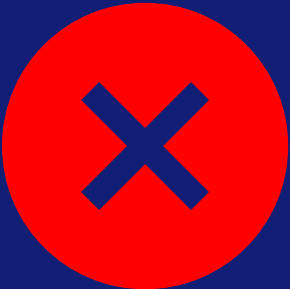
Ograniczenia jakościowe to np:

- Zakaz sprzedaży aukcyjnej
- Nakaz by logo platformy było niewidoczne
- Nakaz by nazwa domeny podstrony platformy zawierała nazwę dystrybutora

*

Ograniczenia te muszą być powszechne. Obejmować wszystkich dystrybutorów i dostawcę.

Ograniczenia w korzystaniu z porównywarek cen



*

Porównywarki cen są traktowane jako **kanał reklamy internetowej**, a nie platformy handlowe.

*

Dostawca **nie może zakazać korzystania z nich**, a jedynie ograniczyć **poprzez narzucenie standardów/kryteriów jakościowych**

Sprzedaż BIERNA w Internecie (art.1 lit. l), m) VBER)



Przez sprzedaż BIERNĄ (w Internecie) rozumiemy:

- Stronę www
- Automatyczne mailingi na życzenie klienta
- Pozycjonowanie stron www
- Odpowiedź na zamówienie publiczne lub prywatne

Sprzedaż CZYNNNA w Internecie (art.1 lit. l), m) VBER)

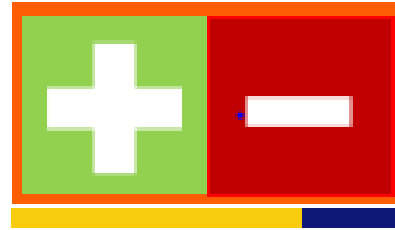


Przez sprzedaż CZYNNNĄ (w Internecie) rozumiemy:

- Wersje językowe strony www w językach spoza terytorium z wyjątkiem angielskiego
- Strony www z domenami spoza terytorium
- Targetowanie reklam/ promocji



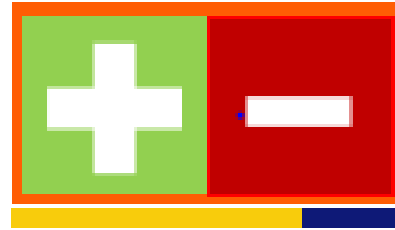
Wolno?/Nie wolno?



Czynna sprzedaż jest dozwolona tylko na terytorium (kraj)



Wolno?/Nie wolno?



Bierna sprzedaż jest dozwolona tylko gdy dostawa jest na terytorium (kraj)

1

Możliwość pobierania przez dostawcę (importera) **wyższych cen hurtowych** od tego samego dystrybutora (dealera) za produkty przeznaczone do sprzedaży przez Internet

2

Różnice te **nie mogą mieć na celu** uniemożliwienia dystrybutorom (dealerom) sprzedaży przez Internet.

3

Różnice te powinny być **uzasadnione różnicą w kosztach** ponoszonych w poszczególnych kanałach przez dystrybutora (dealera)

INTERNET. System podwójnych STANDARDÓW Dealer szkolenia

1

Możliwość nakładania przez dostawcę (importera) **dodatkowych/innych standardów** na sprzedaż przez Internet niż przy sprzedaży stacjonarnej

2

Różnice te **nie mogą mieć na celu** uniemożliwienia dystrybutorom (dealerom) sprzedaży przez Internet.

3

Różnice te powinny wynikać **ze specyfiki kanałów dystrybucji** np. dostawa/odbiór pojazdu do/od klienta

Ograniczenie korzystania z **PLATFORM INT.**

1

Możliwość **zakazu** przez dostawcę (importera) korzystania przez dealera z **handlowych platform internetowych**

2

Ograniczenie **poprzez wymogi jakościowe:**

- Zakaz sprzedaży aukcyjnej
- Zakaz logo platformy na stronie
- Domena z nazwą dystrybutora/dealera

3

Ograniczenia **te nie mogą mieć na celu** uniemożliwienia dystrybutorom (dealerom) sprzedaży przez Internet.

CENY

Zupełnie nowe interpretacje



Określenie cen minimalnych/stałych (art.4 a VBER)

*

Dostawca(importer) **nie może narzucić cen minimalnych lub stałych** w sposób:

- **Bezpośredni**
- **Pośredni** poprzez:

Ustalenie stałej marży

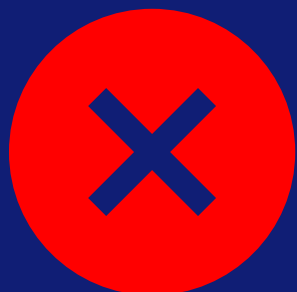
Ustalenie maksymalnego poziomu upustu

Uzależnienie rabatu od poziomu cen

Zastraszanie, karanie



BEZ ZMIAN



Określenie cen minimalnych/stałych (art.4 a VBER)

*

Dostawca(importer) może **narzucać detaliczne ceny maksymalne lub ustalać ceny sugerowane**, ale bez nacisków na ich realizację.



BEZ ZMIAN

Określenie cen minimalnych/stałych (art.4 a VBER)



Dostawca(importer) może prowadzić politykę **MINIMALNEJ CENY REKLAMOWANEJ**, o ile nie narzuca dystrybutorom (dealerom) zakazu obniżenia tej ceny w bezpośrednim kontakcie z klientem.



 **NEW**

Określenie cen minimalnych/stałych (art.4a VBER)



Dostawca(importer) może wprowadzić system **MONITOROWANIA CEN DETALICZNYCH**, o ile jest to wykorzystywane do celów zwiększenia efektywności systemu dystrybucji, **a nie do narzucania cen minimalnych**



NEW

Określenie cen minimalnych/stałych (art.4 a VBER)



KE stwierdza, że od zakazu ustalania cen minimalnych/stałych **mogą być wyjątki** jeśli dostawca (importer) udowodni że:

- Służy to skutecznemu wprowadzaniu na rynek **nowego produktu (testowanie)**
- Służy to **krótkoterminowej kampanii marketingowej (2-6 tygodni)**



NEW

Ceny w umowach agencyjnych

*

W prawdziwych umowach agencyjnych **cenę ustala dostawca (importer)**

*

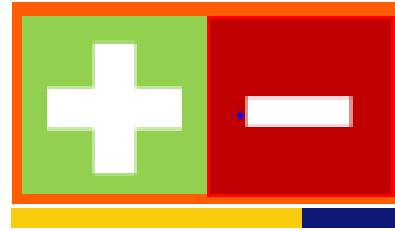
W umowach pozornych zasady jak w GVO/VBER



car buying redefined.®



Wolno?/Nie wolno?



***Agent sprzedaje bez rabatów w cenie
ustalonej przez importera***

KLAUZULE ZAKAZANE/DOZWOLONE

Większość po staremu



Klauzule dozwolone w systemie selektywnym (art.4 lit. c) ppkt (i)



*

Dostawca może zakazać/ograniczyć dystrybutorom **sprzedaży czynnej** na terytoriach, na których nie ma systemu selektywnego

*

Dostawca może zakazać dystrybutorom sprzedaży **na rzecz nieautoryzowanych odsprzedawców**

*

BEZ ZMIAN

Klauzule dozwolone w systemie selektywnym (art.4 lit. c) ppkt (i)



*

Dostawca może zakazać dystrybutorom **otwierania nowych lokalizacji bez zgody dostawcy (klauzula lokalizacji)**

*

Dostawca może zakazać dystrybutorom **sprzedaży części i komponentów, podmiotom które używają ich do tworzenia tego samego rodzaju towarów**

*

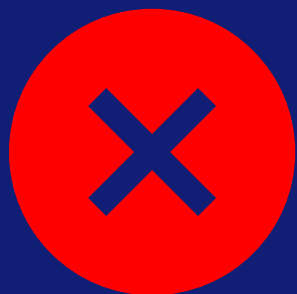
BEZ ZMIAN

Ograniczenie sprzedaży użytkownikom (art.4c ppkt(iii))



Dostawca nie ma prawa w systemie selektywnym ograniczać sprzedaży użytkownikom końcowym, niezależnie firmom czy konsumentom

Oznacza to także brak możliwości zakazu sprzedaży **POŚREDNIKOM** działającym w imieniu użytkowników końcowych

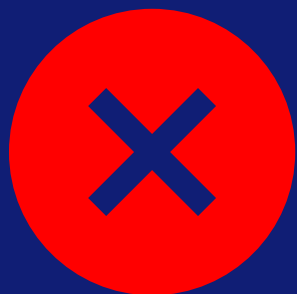


BEZ ZMIAN

Ograniczenie sprzedaży między dystrybutorami (art.4c ppkt(ii))



Dostawca nie ma prawa zakazać **wzajemnej sprzedaży towarów pomiędzy dystrybutorami** (dealerami) działającymi w systemie selektywnym, **niezależnie od poziomu dystrybucji.**

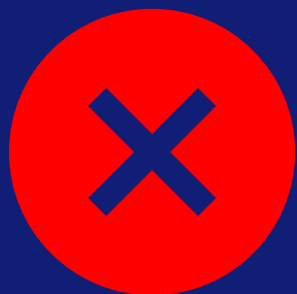


BEZ ZMIAN

Ograniczenie sprzedaży części do napraw (art.4e VBER)

 *

Dostawca nie ma prawa zakazać dystrybutorom sprzedaży części zamiennych służących **do napraw** dystrybutorom działającym w systemie selektywnym, **niezależnie od poziomu dystrybucji.**



BEZ ZMIAN

Ograniczenie sprzedaży części do napraw (art.4e VBER)

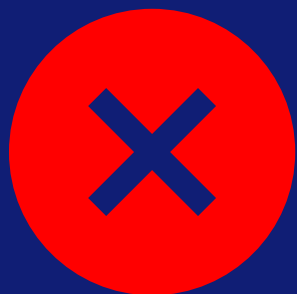
*

Dostawca nie ma prawa zakazać producentom części sprzedaży części zamiennych służących **do napraw**.

Jednak producent OEM może wymagać by jego sieć serwisowa kupowała części zamienne wyłącznie u niego lub członków jego sieci dystrybucji selektywnej.

*

NEW



„Szare klauzule” w systemie selektywnym (art. 5 VBER)

* „Szare klauzule” to takie klauzule, które jeśli występują w umowie wertykalnej **to nie powodują wykluczenia całej umowy spod wyłączeń GVO/VBER, lecz jedynie te konkretne zobowiązania/klauzule.**



BEZ ZMIAN

Zakaz konkutowania powyżej 5 lat (art. 5 ust. 1 lit a) VBER)

*

Dostawca ma prawo narzucenia dystrybutorowi obowiązku **zakupu u dostawcy powyżej 80%** całości towarów (**nakaz jednomarkowości**) na **okres do 5 lat**.

Taki nakaz może być milcząco odnawiany, pod warunkiem, że dystrybutor może rozwiązać umowę z rozsądnym okresem wypowiedzenia i rozsądnymi kosztami

Zakaz konkutowania po zakończeniu umowy (art. 5 ust. 1 lit b



Dostawca ma prawo wprowadzić zakaz konkutowania po zakończeniu umowy jeśli łącznie:

- Zakaz jest niezbędny do **ochrony know-how**
- Zakaz ograniczony jest do **punktu sprzedaży**
- Zakaz jest ograniczony maksymalnie **do 1 roku**

Zakaz konkutowania (jednomarkowość) (art. 5 ust. 1 lit c)

*

Dostawca ma prawo zobowiązać swoich dystrybutorów do **niesprzedawania konkurencyjnych marek przez okres 5 lat, od zawarcia umowy.**

Nie może jednak wskazywać konkretnej marki/marek której ten zakaz dotyczy.

DYSTRYBUCJA PODWÓJNA

Zasady wymiany informacji



DOZWOLONE rodzaje informacji/dostawca - dystrybutor

1

Informacje **techniczne**

2

Informacje **logistyczne**

3

Informacje dotyczące zakupu towarów/usług przez **klienta**, jego **preferencje**, **informacje zwrotne od klienta**



DOZWOLONE rodzaje informacji/dostawca - dystrybutor

- 4** Informacje dotyczące cen dostawcy
- 5** Informacje dotyczące cen maksymalnych/sugerowanych.
- 6** Informacje dotyczące cen detalicznych dystrybutora (historycznych, aktualnych)



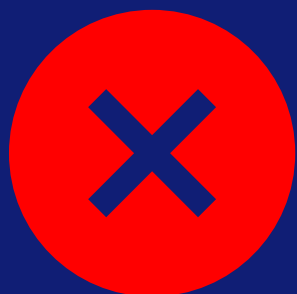
DOZWOLONE rodzaje informacji/dostawca - dystrybutor

- 7** Informacje o marketingu/akcjach promocyjnych
- 8** Informacje o wielkości sprzedaży dystrybutora i sieci



ZAKAZANE rodzaje informacji/ dostawca - dystrybutor

- 1 Informacje o poziomie przyszłych cen **detalicznych**, za jakie dostawca i dystrybutor zamierzają sprzedawać towary

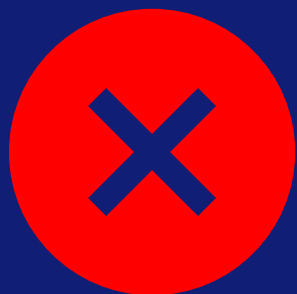


ZAKAZANE rodzaje informacji/ dostawca - dystrybutor

2

Informacje dotyczące **końcowych użytkowników towarów**, chyba że wymiana takich informacji jest konieczna w celu:

- spełnienia wymagań użytkownika końcowego np. **dostosowania towaru**
- przyznania użytkownikowi końcowemu specjalnych warunków np. **programy lojalnościowe**
- świadczenia usług **przed i posprzedażnych w tym gwarancyjnych**

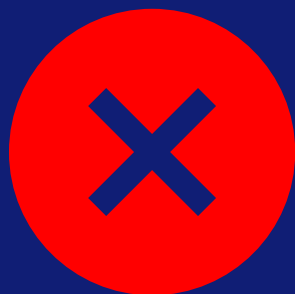


ZAKAZANE rodzaje informacji/ dostawca - dystrybutor

2

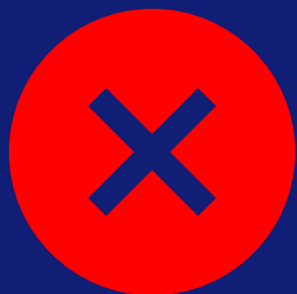
Informacje dotyczące **końcowych użytkowników towarów**, chyba że wymiana takich informacji jest konieczna w celu:

- wdrożenia lub monitorowania **zgodności dystrybucji selektywnej** (nieautoryzowani odsprzedawcy, zastrzeżeni klienci)



ZAKAZANE rodzaje informacji/ dostawca - dystrybutor

- 3 Informacje o towarach innego dostawcy sprzedawanych przez dystrybutora, o towarach sprzedawanych przez dystrybutora pod własną marką



CO Z SERWISEM?

Do 2028 wszystko po staremu



Zasady prawne w zakresie ASO i części bez zmian



Wszystko wskazuje na to, że okres ważności obecnie obowiązującego do 31 maja 2023 roku rozporządzenie **GVO/MVBER 461/2010** zostanie przedłużony do roku 2028.



BEZ ZMIAN

Powszechny system selektywny jakościowy w ASO



Dostawca (importer) przyznaje autoryzację jedynie na podstawie spełnienia standardów jakościowych (obiekt/wyposażenie/personel/identyfikacja).

Dealer może prawnie wymusić przyznanie autoryzacji serwisowej.



BEZ ZMIAN

Zasady napraw i używania części bez zmian

*

Naprawy gwarancyjne nadal tylko w ASO

*

**Możliwość serwisowania pojazdów poza ASO
bez utraty gwarancji**

*

Kategoryzacja części bez zmian



BEZ ZMIAN

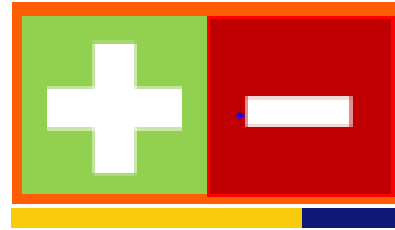
ZAKAZ REEKSPORTU?

Producentom się nie udało





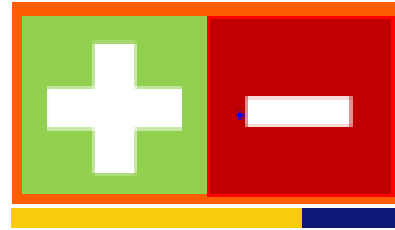
Wolno?/Nie wolno?



*Agent sprzedaje samochody jedynie na
wyznaczonym terytorium (kraj)*



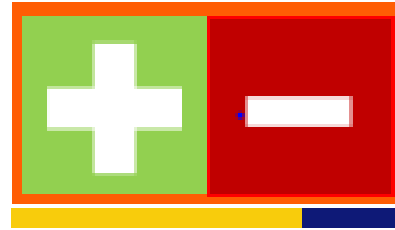
Wolno?/Nie wolno?



***Agent ma zakaz sprzedaży do
odsprzedawców***



Wolno?/Nie wolno?



Agent nie może sprzedawać do agentów tej samej marki



Dziękuję

Marek Konieczny