



JURIDISKA FAKULTETEN
vid Lunds universitet

Sofie Sveningsson

Potentiella effekter av den nya
gruppundantagsförordningen om
försäljning och service inom
motorfordonssektorn

Examensarbete
20 poäng

Handledare: Universitetslektor Katarina Olsson

Konkurrensrätt

Höstterminen 2002

Innehåll

SAMMANFATTNING	1
FÖRORD	3
FÖRKORTNINGAR	4
1 INLEDNING	5
1.1 Allmänt	5
1.2 Syfte	5
1.3 Metod och avgränsningar	6
1.4 Disposition	6
2 RAMLAGSTIFTNINGEN FÖR DISTRIBUTION AV MOTORFORDON FRAM TILL 30 SEPTEMBER 2002	8
2.1 Allmänt	8
2.2 Behovet av speciella regler för distribution av motorfordon	8
2.3 Försäljnings- och serviceavtal för motorfordon – vad är karaktäristiskt för dessa?	9
2.3.1 Selektiv och exklusiv distribution	9
2.3.2 Flermärkesförsäljning – en sällsynt företeelse	10
2.3.3 Krav på länk mellan försäljning och service	10
2.4 Förordning 123/85 om distributions- och försäljningsavtal för motorfordon	11
2.5 Förordning 1475/95 om försäljnings- och serviceavtal för motorfordon	11
3 VARFÖR BEHÖVS EN NY FÖRORDNING?	13
3.1 Allmänt	13
3.2 Brister enligt kommissionens utvärderingsrapport	14
3.2.1 Kombination av selektiv och exklusiv distribution – ett stelbent system utan alternativ	14
3.2.2 Gränsöverskridande fortfarande mycket begränsad	15
3.2.3 Svårt med nya distributionsmetoder som flermärkesförsäljning och försäljning via Internet	15
3.2.4 Länken mellan försäljning och service – framtvängad koppling som hämmar utvecklingen	16
3.2.5 Otillräcklig tillgång till teknisk information för oberoende reparatörer	17
3.2.6 Reservdelstillverkare har endast begränsad tillgång till nätverken av återförsäljare	18
3.2.7 Återförsäljarnas oberoende har inte ökat i någon märkbar utsträckning	18
3.3 Böter för biltillverkare	18

3.4	Förordning 2790/99 – inte lämplig för bilindustrin	20
3.5	Reformkrav från nationella konkurrensmyndigheter	21
4	FÖRORDNING NR 1400/2002 – VILKA PRINCIPER BYGGER DEN PÅ?	22
4.1	Allmänt	22
4.2	Förbud mot kombination av selektiv och exklusiv distribution skapar valmöjligheter	24
4.3	Bättre möjligheter till flermärkesförsäljning	25
4.4	Inre gemensam marknad – en realitet för konsumenterna	26
4.4.1	Tillgänglighetsklausulen finns kvar i nya förordningen	26
4.4.2	Aktiva försäljningsåtgärder från återförsäljare	26
4.4.3	Förmedlare får friare händer att agera	27
4.5	Återförsäljarnas kommersiella självständighet ökar	28
4.6	Inget tvång att sälja till stormarknader eller renodlade Internetåterförsäljare	29
4.7	Marknaden för service och reparation reformeras	30
4.7.1	Allmänt	30
4.7.2	Koppling mellan försäljning och service inte längre obligatorisk	30
4.7.3	Förbättrade konkurrensvillkor för oberoende reparatörer	32
4.7.4	Distribution av och tillgång till reservdelar ska förbättras	33
5	FÖRDELAR OCH NACKDELAR – BLANDADE REAKTIONER FRÅN MARKNADSAKTÖRERNA	35
5.1	Strängare men mer flexibla regler	35
5.2	Flermärkesförsäljningen	35
5.3	Aktiv försäljning och förbud mot lokaliseringssklausuler	36
5.4	Koncentrationer bland återförsäljare och effekt på prisnivån	37
5.5	Försäljning via stormarknader	37
5.6	Vertikal integration – en möjlig utveckling?	38
5.7	Effekterna på marknaden för service och reservdelar	39
5.7.1	Omorganisering av länken mellan försäljning och service	39
5.7.2	Ökad konkurrens på marknaden för service och försäljning av reservdelar	39
5.8	Kommer vi att få se lägre priser?	39
6	ANALYS OCH SLUTSATSER	41
	KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING	46
	RÄTTSFALLSFÖRTECKNING	52

Sammanfattning

Motorfordonsbranschen har sedan nästan 20 år tillbaka reglerats av gruppundantag. Det har dock kunnat konstateras att konkurrensen inte varit tillräcklig på den gemensamma marknaden. Leverantörerna har kunnat använda sig av kombinerade exklusiva och selektiva distributionssystem och därigenom i praktiken kunnat uppnå en marknadsuppdelning. Inommarkeskonkurrensen har varit bristfällig då återförsäljare hindrats att bedriva aktiv försäljning utanför sina tilldelade områden. Biltillverkarna har styrt återförsäljare hårt och har försökt att hindra parallellhandel. Marknadsuppdelningen har resulterat i stora prisskillnader mellan medlemsstaterna och konsumenterna har fått betala höga priser, eftersom deras möjlighet att köpa bil i annan medlemsstat varit begränsade.

För att komma till rätta med de konkurrensproblemen som konstaterats har kommissionen efter en lång process antagit ett nytt gruppundantag, *Kommissionens förordning (EG) nr 1400/2002 av den 31 juli 2002 om tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden inom motorfordonssektorn*, som blivit väldigt uppmärksammat i media. Mot bakgrund av den utveckling som skett ämnar jag belysa viktiga ändringar i det nya gruppundantaget. I analysen följer en diskussion där jag försöker att diskutera den nya regleringens potentiella effekter på den gemensamma marknaden.

Det nya gruppundantaget syftar till att främja konkurrensen inom alla områden av fordonsdistribution: försäljning, eftermarknad och reservdelar. Kommissionen har använt samma lagstiftningsteknik som i det generella gruppundantaget för vertikala avtal. Likheten framträder t.ex. i form av tröskelvärden för marknadsandelar och ”svarta listor” innehållande ageranden och avtalsklausuler som är förbjudna.

Det är numera inte tillåtet för leverantören att kombinera ett selektivt och ett exklusivt distributionssystem. I ett selektivt system får återförsäljare sälja aktivt inom hela EU men får bara sälja till slutanvändare och andra auktoriserade återförsäljare. Återförsäljaren kan efter den 30 september 2005 även etablera ett ytterligare försäljningsställe genom att s.k. lokaliseringssklausuler förbjuds. Det uppskjutna förbudet mot lokaliseringssklausuler är en nackdel och tyvärr kommer konsumenterna att få lida för förseningen. I ett exklusivt distributionssystem får återförsäljaren sälja passivt inom hela EU. Det finns dock ingen reglering för vem han får sälja till. Flermärkesförsäljning ska underlättas genom att det får ske i samma utställningslokal så länge som förväxling mellan varumärkena inte kan uppstå.

Kopplingen mellan försäljning och service samt reparation har omorganiserats. Återförsäljaren får välja om han även vill utföra service eller om han vill lägga ut det på entreprenad till en auktoriserad reparatör.

Om leverantörens nätverk av auktoriserade reparatörer har en marknadsandel som inte överstiger 30 % avseende reparationer av samtliga fordon av märket som utförs, kan leverantören använda sig av kvantitativ selektiv distribution eller exklusiv distribution för sitt nätverk av auktoriserade reparatörer. Är marknadsandelen större än 30 % måste kvalitativ selektiv distribution användas. Tillgången till teknisk information, felsökningsutrustning, utbildning och verktyg ska förbättras för oberoende reparatörer.

Det nya gruppundantaget är överlag en bra lagstiftning. Genom att leverantören måste välja distributionssystem skapas nya valmöjligheter och det ger tillträde till marknaden för nya aktörer. Återförsäljare kan vara mycket mer aktiva framöver (genom exempelvis flermärkesförsäljning och fri etableringsrätt), vilket kommer att främja både inommärkes- och mellanmärkeskonkurrensen. Genom att kopplingen mellan försäljning och eftermarknad görs mer flexibel finns även nya möjligheter för serviceverksamhet. Fler verkstäder kan bli auktoriserade vilket kommer att gynna konkurrensen och leda till lägre priser. De oberoende reparatörerna kommer att kunna spela en viktig roll för en ökad konkurrens i framtiden eftersom deras tillgång till teknisk information, verktyg, utbildning och felsökningsutrustning förbättras. Inom service och reparation är vinstmarginalerna ganska goda så här finns rimligtvis utrymme för prissänkningar.

Gränsöverskridande handel kommer att underlättas och konsumenterna kommer att kunna utnyttja de fördelar som finns med en gemensam marknad. Det är osäkert huruvida det finns utrymme för prissänkningar för försäljningsverksamheten, men en ökad konkurrens bör i alla fall leda till prisutjämning.

Resultatet av en ökad konkurrens kan bli en viss koncentration av återförsäljare men det är oundvikligt och det kanske t.o.m. behövs. Det finns viss risk för vertikal integration i framtiden men det beror till stor del på tillverkarnas strategi.

Sammanfattningsvis är det här en välbehövlig, konsumentvänlig reform. Det är osäkert när vi kommer att få se effekterna men det blir troligtvis på eftermarknaden de kommer att kunna skönjas först.

Förord

Detta arbete har tillkommit med hjälp från ett flertal personer som jag skulle vilja rikta ett varmt tack till.

Bertil Ambjörnson på AMB Bilar AB och Svante Hultqvist på Svenstigs Bil AB har hjälpt mig att förstå vilken innebörd den nya förordningen kan få för en återförsäljare. Monica Widegren, chef för Internationella sekretariatet på Konkurrensverket, bistod med värdefulla synpunkter och gav mig uppslag till ytterligare aspekter på mitt ämne. Ett särskilt tack vill jag rikta till Sven Norberg, direktör på Generaldirektoratet för konkurrens, för hjälp med värdefull information och för en givande diskussion.

Jag vill även ta tillfället i akt att tacka min handledare universitetslektor Katarina Olsson. Avslutningsvis vill jag tacka min familj och mina vänner för det stöd och den uppmuntran som ni bidragit med under min studietid och under författandet av mitt examensarbete.

Lund den 17 november 2002

Sofie Sveningsson

Förkortningar

ACEA	L'Association des Constructeurs Européens d'Automobiles
BEUC	Bureau Européen des Unions de Consommateurs
CMLR	Common Market Law Reports
ECR	Reports of Cases before the Court of Justice and the Court of First Instance
ECLR	European Competition Law Review
EES	Europeiska Ekonomiska Samarbetsområdet
EG	Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen (i dess lydelse efter den 1 maj 1999)
EG-fördraget	Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen (i dess lydelse före den 1 maj 1999)
EGT	Europeiska gemenskapernas officiella tidning
EU	Europeiska unionen
REG	Rättsfallssamling från Europeiska gemenskapernas domstol och förstainstansrätt

1 Inledning

1.1 Allmänt

Traditionellt sett har Europas biltillverkare haft en mycket förmånlig konkurrenssituation och bilindustrin har varit en maktfaktor att räkna med. Motorfordonssektorn har under en lång tid präglats av specifika konkurrensproblem. Detta gäller inte minst konsumenternas rätt att utnyttja fördelarna med den gemensamma marknaden genom att köpa en bil i den medlemsstat de önskar. *Kommissionens förordning (EG) nr 1400/2002 av den 31 juli 2002 om tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden inom motorfordonssektorn*¹ (i fortsättningen kallad förordning 1400/2002) har utformats för att komma tillrätta med de problem som konstaterats. Tanken är dessutom att förordning 1400/2002 ska ta hänsyn till de speciella förutsättningar som präglar bilindustrin.

Förordning 1400/2002 reglerar försäljning, underhåll och reparation av motorfordon samt distribution av reservdelar. Kommissionens ambition är att främja konkurrensen och att förordningen ska medföra positiva effekter för konsumenterna inom EU. Sätten att distribuera nya fordon ska i framtiden kunna utvecklas och omorganiseras. Kommissionen eftersträvar vidare ökad konkurrens mellan återförsäljarna, ökad handel mellan medlemsstaterna och lägre priser. Förordningen ska ge Europas konsumenter bättre valmöjligheter och de ska äntligen kunna skörda frukterna av fördelarna med tillgång till en gemensam marknad.

Med tanke på bilindustrins makt och det inflytande biltillverkarna har i näringslivet i sina respektive medlemsstater har intresset för hur distribution och service ska regleras i framtiden varit stort. Många har med stort intresse följt utvecklingen och kommissionen har varit föremål för intensiv lobbying. Dessutom finns en grupp på 200 miljoner personer som är berörda i allra högsta grad - Europas bilister.²

1.2 Syfte

Denna uppsats behandlar den nya förordning 1400/2002 som antogs i juli tidigare i år och som trädde ikraft den 1 oktober 2002. Jag ämnar redogöra för bakgrunden till det nya gruppundantaget för att se i vilken riktning utvecklingen har gått. Med denna utveckling som utgångspunkt kommer jag sedan att belysa de viktigaste ändringarna i förordning 1400/2002. Därefter

¹ *Kommissionens förordning (EG) nr 1400/2002 av den 31 juli 2002 om tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden inom motorfordonssektorn* (i fortsättningen kallad förordning 1400/2002), EGT L 203, 01.08.2002, s. 30.

² Abescat, Bruno, *Automobiles: Bruxelles agite la concurrence*, L'Express International, 31 januari 2002, s. 80.

vill jag försöka återspegla den positiva och negativa kritik som de nya reglerna givit upphov till. Efter presentationen av de principer som det nya gruppundantaget bygger på, och de fördelar respektive nackdelar som marknadsaktörerna påpekat, ska jag i min slutsats diskutera och analysera den nya regleringens potentiella effekter på den gemensamma marknaden.

1.3 Metod och avgränsningar

För att kunna uppnå mitt syfte har jag tagit min utgångspunkt i den ramlagstiftning för motorfordonssektorn som infördes 1985 och vilka skäl som låg bakom införandet.³ För att belysa de ändringar som kommissionen gjort i förordning 1400/2002 jämfört med det gruppundantag som reglerat motorfordonssektorn fram till den 30 september i år, har jag använt mig av en komparativ metod.⁴ Vid denna jämförelse av den nya respektive gamla lagstiftningen har jag haft stor nytta av den information som finns tillgänglig på kommissionens hemsida för konkurrensen inom motorfordonssektorn.⁵ Förutom kommissionens egen dokumentation finns även undersökningar utförda av oberoende konsulter på uppdrag av kommissionen. En ingående studie av detta material tillsammans med övrigt material ger en god inblick i bakgrunden till den nya förordningen.

Av utrymmesskäl har jag koncentrerat min framställning till att lyfta fram de ändringar som gjorts i den nya förordning 1400/2002 och förordningen kommer därför inte att diskuteras in i minsta detalj. En nyhet i förordning 1400/2002 är att tröskelvärden som baserar sig på marknadsandelar bör fastställas för att avspegla leverantörernas marknadsstyrka. Om tröskelvärdena överskrids, faller det vertikala avtalet utanför tillämpningsområdet för förordning 1400/2002. Marknadsandelen avgörs genom en definition av den relevanta marknaden och i anslutning till detta finns en rad viktiga frågor. Detta är dock en av de aspekter som jag inte behandlar i mitt examensarbete.

1.4 Disposition

Inledningsvis belyses behovet av speciell reglering för motorfordon i avsnitt 2.2. Vidare berörs de förordningar som reglerat motorfordonsindustrins försäljnings- och serviceavtal fram till sista september i år. Därpå följer ett avsnitt som utreder varför en ny förordning är nödvändig. Efter detta presenteras i kapitel 4 de viktigaste principerna som förordning 1400/2002 är uppbyggd kring. I kapitel 5 kommenteras förordningen utifrån de fördelar och nackdelar som kommit till uttryck bland marknadsaktörer och i media.

³ *Kommissionens förordning (EEG) nr 123/85 av den 12 december 1984 om tillämpning av fördragets artikel 85(3) [numera artikel 81(3)] på vissa grupper försäljnings- och serviceavtal för motorfordon* (I fortsättningen kallad förordning 123/85), EGT L 15, 18.01.1985, s. 16.

⁴ *Kommissionens förordning (EG) nr 1475/95 av den 28 juni 1995 om tillämpning av fördragets artikel 85.3 på vissa grupper försäljnings- och serviceavtal för motorfordon* (I fortsättningen kallad förordning 1475/95), EGT L 145, 29.06.1995, s. 25.

⁵ http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector.

Avslutningsvis följer en analys där uppsatsen summeras samt effekterna av den nya förordningen diskuteras.

2 Ramlagstiftningen för distribution av motorfordon fram till 30 september 2002

2.1 Allmänt

Artikel 81 EG (f.d. artikel 85 EG-fördraget) förbjuder avtal mellan företag, beslut av företagssammanslutningar och samordnade förfaranden som kan påverka handeln mellan medlemsstater och som har till syfte eller resultat att hindra, begränsa eller snedvrída konkurrensen inom den gemensamma marknaden. Enligt artikel 81(3) kan dock kommissionen utfärda gruppundantag om de anser att avtalen medför positiva effekter och fördelar för konsumenterna som överväger nackdelarna ur konkurrenssynpunkt.

Erfarenheterna inom motorfordonssektorn avseende försäljning av nya motorfordon, reservdelar och service/reparation har gjort det möjligt att fastställa grupper av vertikala avtal som normalt kan anses uppfylla kraven som stipuleras i artikel 81(3) EG.⁶

2.2 Behovet av speciella regler för distribution av motorfordon

Kommissionen ansåg vid antagandet av förordning 123/85 att exklusiv och selektiv distribution⁷ var nödvändiga rationaliseringsåtgärder inom motorfordonsbranschen. Detta grundades på att motorfordon skiljer sig från andra konsumentprodukter i flera avseenden. De är dyra produkter som med jämna och ojämna mellanrum, och inte alltid på samma ställe, behöver underhåll och reparationer utförda av fackmän. En ytterligare anledning till att ha särskild reglering för motorfordon är att de är tekniskt komplexa produkter och kan orsaka såväl fysisk som materiell skada. Motortillverkarna samarbetar med auktoriserade återförsäljare och reparatörer för att kunna ge kunderna den service som är speciellt anpassad för en så speciell produkt. Av kapacitets- och effektivitetsskäl kan samarbetet inte omfatta ett obegränsat antal återförsäljare och verkstäder. Leverantörerna⁸ måste därför enligt kommissionen vara tillåtna att endast samarbeta med utvalda återförsäljare och serviceverkstäder. Det ansågs vara mycket mer effektivt att ha återförsäljare som också måste utföra service av

⁶ Stycke 1 i ingressen till förordning 1400/2002.

⁷ Begreppen exklusiv och selektiv distribution förklaras nedan i avsnitt 2.3.1.

⁸ Leverantör kan t.ex. vara en tillverkare eller en generalagent.

fordonen, jämfört med att ha två helt olika organisationer för försäljning respektive service.⁹

2.3 Försäljnings- och serviceavtal för motorfordon – vad är karaktäristiskt för dessa?

2.3.1 Selektiv och exklusiv distribution

Tillverkare av motorfordon distribuerar sina produkter inom medlemsstaterna i EU genom nätverk av distributörer. Avseende motorfordon kallas dessa distributörer vanligtvis för återförsäljare. Motorfordonstillverkarna har även nätverk med auktoriserade serviceverkstäder. Idag sker distributionen genom nätverk som regleras av vertikala avtal med både selektiva och exklusiva inslag.¹⁰

Selektiv distribution innebär att varje tillverkare eller importör ställer upp vissa kriterier som återförsäljarna måste uppfylla. Dessa kriterier är först och främst *kvalitativa kriterier*. Bland de kvalitativa kriterierna ingår t.ex. krav på att anställa specialister, att tillhandahålla service enligt vissa standarder eller viss utformning av försäljningslokal. En återförsäljare som uppfyller kraven och således blir utsedd av tillverkaren får inte företa någon form av vidareförsäljning till återförsäljare som inte är auktoriserade (s.k. gråzonsåterförsäljare). Selektiv distribution skapar följaktligen ett nätverk som utesluter alla företag som inte uppfyller de kvalitativa kriterierna. Det bör dock noteras att tillverkaren eller importören i ett selektivt system som enbart bygger på kvalitativa kriterier faktiskt är tvungen att utse de företag som uppfyller de uppställda kriterierna till att agera som distributörer.¹¹

De flesta tillverkare eller importörer som använder sig av selektiv distribution kombinerar kvalitativa kriterier med *kvantitativa kriterier*. Ett kvantitativt urval bland de återförsäljare som uppfyller de kvalitativa kriterierna begränsar antalet auktoriserade återförsäljare. De kvantitativa kriterierna kan t.ex. bestå av en begränsning i antalet återförsäljare som tillåts vara aktiva inom samma område. Detta system gör att en tillverkare har stor frihet att organisera sitt nätverk på det sätt som han anser är bäst.¹²

Exklusiv distribution är ett alternativ som flitigt utnyttjas av tillverkare och importörer. Denna form av distribution kännetecknas av att tillverkaren eller

⁹ Faull, Jonathan och Nikpay, Ali, The EC law of competition, s. 536 samt stycke 4 i ingressen till förordning 123/85.

¹⁰ *Report on the evaluation of Regulation (EC) No 1475/95 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of motor vehicle distribution and servicing agreements* (i fortsättningen kallad *Report on Regulation 1475/95*), COM (2000)743, 15 November 2000, s. 10.

¹¹ *Report on Regulation 1475/95*, s. 10. Selektiv distribution som endast bygger på kvalitativa kriterier brukar anses falla utanför förbudet i artikel 81(1), då de anses sakna konkurrensbegränsande effekter. För vilka villkor som gäller se *Tillkännagivande från kommissionen - Riktlinjer om vertikala begränsningar*, punkt 185.

¹² *Report on Regulation 1475/95*, s. 10.

leverantören utser en återförsäljare inom ett geografiskt begränsat område. Återförsäljaren måste koncentrera sina marknadsföringsåtgärder till det tilldelade försäljningsområdet och ska eftersträva att uppnå de försäljningsmål som tillverkaren fastställt. Återförsäljaren får inte öppna försäljningsställen eller i sin tur utse en återförsäljare utanför det egna försäljningsområdet. Aktiv försäljning utanför det egna försäljningsområdet är förbjuden. Passiv försäljning är alltid tillåten.¹³

2.3.2 Flermärkesförsäljning – en sällsynt företeelse

Flermärkesförsäljning kan vara en fördelaktig lösning för konsumenter, eftersom de därigenom får ett större utbud av produkter eller märken på ett och samma försäljningsställe. En annan fördel är att det kan vara en bra distributionsmodell för de märken som har ganska låga försäljningsvolymmer. I glesbefolkade bygder kan denna distributionsform vara passande eftersom försäljningen överlag inte uppgår till några större volymer.¹⁴

För att flermärkesförsäljning ska vara tillåten har vissa villkor ställts upp; försäljningen måste ske genom separata försäljningslokaler, under separat ledning och genom en separat juridisk person samt på ett sätt som förhindrar sammanblandning mellan märken. Det bör framhållas att en leverantör måste frångå kraven om återförsäljaren kan visa att det finns objektiva skäl för detta. Kommissionen har uttalat att om villkoren som ska uppfyllas hindrar en återförsäljare att konkurrera på en lönsam ekonomisk grund kan detta anses vara godtagbara objektiva skäl.¹⁵ Flermärkesförsäljning är fortfarande en sällsynt företeelse. De höga krav som ställts gör att många återförsäljare hindras att bedriva flermärkesförsäljning.¹⁶

2.3.3 Krav på länk mellan försäljning och service

Kravet på att återförsäljare även måste tillhandahålla service är något som är mycket karaktäristiskt för försäljnings- och serviceavtalen i bilbranschen. Resultatet av detta är att två verksamheter som egentligen kan bedrivas helt skilda från varandra istället knyts samman till en verksamhet. Försäljningen av nya bilar blir knuten till service och en återförsäljare måste därmed kunna erbjuda service för att tillåtas sälja nya fordon.¹⁷

¹³ Förenade målen 56 och 58/64 *Établissements Consten S.A. R.L. och Grundig-Verkaufs-GmbH mot kommissionen (Consten och Grundig mot Kommissionen)* [1966] ECR 299, samt *Report on Regulation 1475/95*, s. 11.

¹⁴ *Report on Regulation 1475/95*, s. 11 och 89.

¹⁵ Artikel 3(3) och 5(2)(1) i förordning 1475/95.

¹⁶ *Report on regulation 1475/95*, s. 11. I detta sammanhang bortses från återförsäljare som säljer märken från olika tillverkare som dock tillhör samma grupp, t.ex. Volkswagen/Audi och Ford/Jaguar. Dessa utgör exempel på oäkta flermärkesförsäljning.

¹⁷ *Report on regulation 1475/95*, s. 11.

2.4 Förordning 123/85 om distributions- och försäljningsavtal för motorfordon

Det allra första gruppundantaget för bilindustrin - förordning 123/85¹⁸ - var en reaktion på de konstateranden som kommissionen gjorde i BMW-beslutet¹⁹, i vilket BMW beviljades individuellt undantag för ett avtal mellan företaget och dess återförsäljare. Efter kommissionens beslut i BMW-fallet stod institutionen inför en situation där samtliga leverantörer av motorfordon kunde tänkas ansöka om individuellt undantag för de försäljnings- och serviceavtal de använde. Detta var inget scenario som kommissionen önskade uppleva och därför antogs förordning 123/85. Genom tillkomsten av detta gruppundantag gavs bilindustrin möjlighet att undvika konflikt med förbudet i artikel 81(1) EG genom att anpassa sina distributionssystem i enlighet med bestämmelserna i gruppundantaget. Förordning 123/85 upphörde att gälla den 30 juni 1995.²⁰

2.5 Förordning 1475/95 om försäljnings- och serviceavtal för motorfordon

Förordning 1475/95 antogs av kommissionen för att ersätta förordning 123/85. Tanken var att de grundläggande principerna skulle vara oförändrade, men förordning 1475/95 skulle till viss del spegla den erfarenhet som tillämpningen av det första gruppundantaget givit. Utöver detta skulle förordning 1475/95 försöka förbättra situationen utifrån de klagomål som hade noterats.²¹

De justeringar som gjordes i förordning 1475/95 skulle huvudsakligen syfta till att öka konkurrensen i motorfordonsbranschen och skapa en bättre balans mellan återförsäljarnas respektive tillverkarnas intressen. Det ansågs viktigt att ge återförsäljarna större kommersiell handlingsfrihet. Enligt förordning 1475/95 fick leverantören bara förbjuda försäljning till sådana återförsäljare som inte var godkända. En tillverkare kunde alltså inte förbjuda försäljning till godkända försäljare, slutgiltiga konsumenter eller en förmedlare som agerade för konsumentens räkning. Självständiga tillverkare av reservdelar fick i förordningen en möjlighet att sälja sina produkter via nätverken av försäljare. Uppsägningstiden vid obestämd avtalstid förlängdes från ett till två år. En ytterligare förändring var en ny möjlighet för tillverkare att endast i samråd med försäljaren, eller efter ett särskilt förfarande med en oberoende expert, ålägga återförsäljaren ett lägsta försäljningsmål. Detta var en väsentlig skillnad mot den tidigare förordningen där leverantören vid oenighet ensam kunde fastställa lägsta försäljningsmål. Tvister kunde enligt förordning 1475/95 hänskjutas till en

¹⁸ För utförlig information om förordningens innehåll och tillämpning, se själva fördragstexten samt även *Report on Regulation 1475/95*, s. 15-20.

¹⁹ Kommissionens beslut av den 13 december 1974 - *Bayerische Motoren Werke AG* - EGT L 29, 3.2.1975, s. 1.

²⁰ Faull och Nikpay, s. 536-537.

²¹ *Report on Regulation 1475/95*, s. 20.

oberoende expert eller skiljeförfarande i vissa särskilt angivna fall. Sist, men inte minst, bör noteras att det i förordning 1475/95 fanns en svart lista²² innehållande skyldigheter och begränsningar som inte var tillåtna. Ett avtal eller ett samordnat förfarande som innehöll någon av de skyldigheter eller restriktioner som fanns med på svarta listan, förlorade automatiskt fördelen av att omfattas av gruppundantaget.²³

Enligt artikel 11(3) i förordning 1474/95 var kommissionen skyldig att innan slutet av år 2000 presentera en rapport som utvärderade effekterna av tillämpningen av förordningen. I utvärderingen skulle särskild hänsyn tas till huruvida förordningen hade haft någon inverkan på prisskillnaderna mellan medlemsstaterna respektive kvaliteten på servicen till konsumenterna. Den slutgiltiga versionen av rapporten presenterades i Bryssel den 15 november 2000.²⁴ Det är bl.a. innehållet i denna rapport som ligger till grund för den nya lagstiftningen.²⁵

²² Artikel 6(1)-(2) i förordning 1475/95.

²³ Faull och Nikpay, s. 537-538.

²⁴ Faull och Nikpay, s. 546-547 samt *Report on Regulation 1475/95*, s. 7.

²⁵ Whish, *Competition Law*, s. 592 samt artikel 11 och 13 i förordning 1475/95.

3 Varför behövs en ny förordning?

3.1 Allmänt

Förordning 1475/95 upphörde att gälla den 30 september 2002. Kommissionen har därför varit tvungen att fatta ett beslut om de regler som skulle tillämpas från den 1 oktober 2002. Kommissionen hade tre alternativa lösningar. Ett alternativ var att låta den nuvarande förordning 1475/95 få fortsatt giltighet. Det andra alternativet hade varit att låta förordning 1475/95 löpa ut, och sedan skulle motorfordonssektorn automatiskt börja omfattas av *Kommissionens förordning (EG) nr 2790/1999 av den 22 december 1999 om tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden* (i fortsättningen kallad förordning 2790/99).²⁶ Det tredje och sista alternativet innebar att kommissionen skulle anta ett helt nytt gruppundantag.²⁷

De nya reglerna är resultatet av en långvarig process där följande studier och samrådsförfaranden gjorts:

- I november 2000 publicerade kommissionen sin rapport i vilken den då gällande förordning 1475/95 utvärderades. I rapporten konstaterades en hel del problem, vilka jag får anledning att återkomma till nedan.
- Oberoende konsulter har anlåtats för att undersöka vissa nyckelområden. Länken mellan försäljning och service har undersökts av konsultfirman Autopolis²⁸ (i fortsättningen kallad Autopolis utredning), effekten av olika lagstiftningsalternativ har konsultfirman Andersen utrett²⁹ (i fortsättningen Andersens utredning), kundernas önskemål avseende försäljning och distribution har behandlats av Dr. Lademann & Partner³⁰ (i fortsättningen Lademanns utredning) och prisskillnader inom EU har analyserats av Degryse och Verboven³¹.

²⁶ *Kommissionens förordning (EG) nr 2790/1999 av den 22 december 1999 om tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden*, EGT L 336, 29.12.1999, s. 21.

²⁷ Middleton, Kirsty: *The legal framework for motor vehicle distribution – a new model*, ECLR, 2001, 22(1), s. 3-8.

²⁸ *The Natural Link between Sales and Service. An investigation for the Competition Directorate-General of the European Commission*, Autopolis, November 2000.

²⁹ *Study on the impact of possible future legislative scenarios for motor vehicle distribution on all parties concerned*, Andersen, Final Report December 2001.

³⁰ *Customer Preferences for existing and potential Sales and Servicing Alternatives in Automotive Distribution*, Dr. Lademann & Partner, December 2001.

³¹ *Car price differentials in the European Union: An economic analysis*, Hans Degryse and Frank Verboven, K.U. Leuven and C.E.P.R., November 2000.

- I februari 2001 hölls ett möte där resultaten av kommissionens utvärderingsrapport och de studier som gjorts diskuterades. Bland deltagarna fanns representanter från konsumentorganisationer, biltillverkare och återförsäljarorganisationer.³²
- Den 5 februari 2002 meddelade kommissionen att den antagit ett förslag till nya regler. Förslaget publicerades senare i EGT och intresserade parter uppmanades att inkomma med kommentarer. Förslaget har setts över och kommenterats av Rådgivande kommittén för kartell- och monopolfrågor, Europaparlamentet och den Ekonomiska och Sociala kommittén. Kommissionen har i den slutgiltiga texten till förordning 1400/2002 i stor utsträckning tagit hänsyn till Europaparlamentets synpunkter. Det var bl.a. efter önskemål från Europaparlamentet som man valde att skjuta upp förbudet mot s.k. lokaliseringssklausuler (se avsnitt 4.2).³³

3.2 Brister enligt kommissionens utvärderingsrapport

3.2.1 Kombination av selektiv och exklusiv distribution – ett stelbent system utan alternativ

Förordning 1475/95 har tillåtit en kombination av selektiv och exklusiv distribution. I kommissionens utvärderingsrapport konstaterades att genom möjligheten att kombinera dessa två typer av vertikala begränsningar, kan biltillverkarna ställa höga kvalitativa krav på sina återförsäljare utan att för den skull vara tvungna att leverera till nya potentiella återförsäljare som uppfyller kraven. På grund av möjligheten att begränsa försäljningen till återförsäljare som inte tillhör nätverket, finns det även en möjlighet för tillverkaren eller importören att skapa ett vattentätt nätverk. En ny tillverkare kan stöta på problem när han försöker hitta återförsäljare då dessa ofta har förbundit sig att endast sälja ett märke. En ny återförsäljare kan i sin tur ha svårt att hitta en tillverkare som är villig att leverera eftersom tillverkaren ofta använder sig av vertikala avtal som präglas av kvantitativt urval och/eller territoriell exklusivitet. Konsumenterna är i sin tur i princip tvungna att köpa sina nya bilar genom nätverken av återförsäljare eftersom något egentligt alternativ inte existerar. Eftersom i princip alla nya motorfordon inom EU distribueras på samma sätt, d.v.s. genom system som kumulerar selektiv och exklusiv distribution, uppstår en form av ”tvångströjeeffekt” – det finns inga realistiska alternativ för konsumenter och återförsäljare.³⁴

³² *Public hearing of 13-14 February 2001 on motor vehicle distribution – Speaking notes and presentation slides.*

³³ Pressmeddelande, *Putting the consumer in the driver's seat – the Commission proposes a bold reform of car sales rules*, IP/02/196, 5 februari 2002; *Competition policy and the car industry, MEPs vote for delay*, The Week, 29-30 maj 2002, s. 10-12.

³⁴ *Report on Regulation 1475/95*, s. 10-12.

3.2.2 Gränsöverskridande fortfarande mycket begränsad

Kommissionen undersökte vidare huruvida det existerar fungerande inommarke- respektive mellanmarkekonkurrens. Prisskillnader utgör ofta incitament för inommarkekonkurrens och skillnaderna mellan medlemsstaterna är fortfarande relativt stora. Ofta sägs detta bottna i skatteskillnader och andra faktorer som inte marknadens aktörer har möjlighet att kontrollera, men studier visar att detta inte är hela sanningen. Biltillverkarnas prisstrategier kan se ganska olika ut för skilda medlemsstater. Prissättningen kan delvis baseras på köpkraften hos potentiella kunder eller på hur ett märke uppfattas eller värderas på marknaden. Vidare kan skillnader i kostnader för transport och distribution medverka till att prisskillnader uppstår. Konsumenter som försökt köpa bil i annan medlemsstat har tämligen ofta stött på problem. Återförsäljare har bl.a. hävdats att de inte har tillräckligt med bilar för att sälja till både lokala konsumenter och konsumenter från annan medlemsstat eller krävt ett högre pris av utländska kunder jämfört med priset för lokala kunder. Det har också förekommit att återförsäljare tagit ut höga depositioner från utländska kunder eller vägrat sälja till konsumenter från annat land då de menat att det inte är lönsamt p.g.a. att de inte kan utföra service av bilarna. I praktiken är den parallella handeln fortfarande marginell. Konkurrens och parallellhandel försvårades genom förbudet mot aktiv försäljning utanför det territorium där återförsäljaren är verksam samt förbudet mot försäljning till gränsåterförsäljare. Förmedlare har konfronterats med samma svårigheter vid köp av bil i annan medlemsstat för konsumentens räkning. Innommarkekonkurrensen har alltså varit otillräcklig men enligt kommissionens utvärderingsrapport gjordes däremot bedömningen att mellanmarkekonkurrensen fungerade tillfredsställande.³⁵

3.2.3 Svårt med nya distributionsmetoder som flermärkesförsäljning och försäljning via Internet

Sedan förordning 1475/95 infördes får återförsäljare under vissa villkor sälja bilar av olika märken. Flermärkesförsäljning är dock enligt kommissionens utvärderingsrapport fortfarande ganska sällsynt. Mellan 75 och 80 % av alla återförsäljare inom EU säljer endast ett märke. I Tyskland och Nederländerna är siffran 89 %. I Sverige, som för övrigt är det land där flermärkesförsäljning är vanligast, säljer 42 % av alla återförsäljare mer än ett märke. Då de nordiska länderna är relativt stora till ytan men samtidigt glesbefolkade är denna distributionsform passande för våra förhållanden. Flermärkesförsäljning har varit förknippat med höga kostnader för att uppfylla kraven och detta har avskräckt många återförsäljare. Vidare har det enligt kommissionens rapport förekommit att återförsäljare som vill börja sälja ytterligare märken blivit motarbetade av leverantören som de redan säljer för. De fördelar som kommissionen önskat åstadkomma med

³⁵ *Report on Regulation 1475/95*, s. 64-70, s. 117-122 samt bilagorna III och IV i densamma.

flermärkesförsäljning (t.ex. ökad mellanmärkeskonkurrens och en ökad självständighet för återförsäljarna) har till stor del uteblivit.³⁶

Som på så många andra områden kan Internet innebära en viktig utveckling inom bilbranschen. Nya fordon skulle kunna säljas via Internet istället för via traditionella distributionskanaler. Kommissionen fastställde dock i sin utvärderingsrapport att förordning 1475/95 inte var anpassad för försäljning av bilar via Internet. Internet kan sägas erbjuda en bra möjlighet till marknadsföring och kan vara ett hjälpmedel för konsumenterna att jämföra priser, men för distribution är användningsmöjligheterna begränsade. Internetoperatörer som vill ge sig in i bilbranschen, hade enligt kommissionens bedömning endast ett alternativ till buds, nämligen att agera som förmedlare för en konsuments räkning. En förmedlare måste enligt artikel 3(11) i förordning 1475/95 kunna visa skriftlig och undertecknad fullmakt från konsumenten. Kan förmedlaren inte visa sådan fullmakt, har en återförsäljare rätt att med stöd av artikel 3(10) i förordning 1475/95 vägra att sälja till förmedlaren, då denne inte tillhör distributionsnätverket.³⁷ Skriftlig och undertecknad fullmakt har tidigare inneburit stora praktiska problem för Internetoperatörer. Detta har dock avhjälpats något genom att elektroniska signaturer numera godtas.³⁸

3.2.4 Länken mellan försäljning och service – framtvängd koppling som hämmar utvecklingen

I förordning 1474/95 ifrågasattes inte kopplingen mellan försäljning och service och reparation, utan det ansågs vara mer effektivt att koppla samman distribution och service jämfört med att separera de olika organisationerna.³⁹ I kommissionens utvärderingsrapport ifrågasattes om kopplingen mellan försäljning och service verkligen är naturlig och därför nödvändig. Kommissionen ansåg att specialister för respektive varumärke behövs till underhåll och reparation om själva reparationsarbetet kräver speciell teknisk kunskap eller utrustning. Dessa specialister behöver dock inte vara återförsäljare eller serviceverkstäder som är en del av biltillverkarens nätverk. Oberoende reparations- och serviceverkstäder som är villiga och som har möjlighet att skaffa den utrustning och de specialistkunskaper som krävs kan mycket väl anses kapabla att utföra reparationer och service.⁴⁰

Eftersom marknaden för försäljning av motorfordon är relativt mättad i Västeuropa är det inte lika lönsamt att sälja bilar längre. Istället kan service utgöra en välkommen inkomstkälla för återförsäljarna. Med anledning av detta finns det vissa ekonomiska skäl som kan tala för att upprätthålla länken mellan försäljning och service. Vissa tillverkare har dock redan börjat se bortom kopplingen och skulle vilja ha renodlade återförsäljare.⁴¹

³⁶ *Report on Regulation 1475/95*, s. 38-39 och 90.

³⁷ Mål T-9/92 *Automobiles Peugeot SA och Peugeot SA mot Kommissionen*, [1993] ECR II-493.

³⁸ *Report on Regulation 1475/95*, s. 52-57 och 129-132.

³⁹ Artikel 4(1)(6) och 5(1)(1)(a) samt styckena 4 och 5 i ingressen till förordning 1475/95.

⁴⁰ *Report on Regulation 1475/95*, s. 74-76.

⁴¹ *Report on Regulation 1475/95*, s. 79.

För att bevara ett fordonets värde och säkerhet måste konsumenterna enkelt kunna ha tillgång till service och reparation. Å ena sidan önskar en del konsumenter få underhåll och service utförd av återförsäljaren som sålt bilen. Å andra sidan är det idag relativt vanligt att konsumenter vänder sig till en annan auktoriserad återförsäljare eller en oberoende reparatör för att få service och underhåll. Beteendet hos de senare konsumenterna medför att kopplingen mellan försäljning och service kan kännas onödig och kan vara svår att rättfärdiga. Konsumenterna i den senare gruppen är uppenbarligen nöjda med att en annan återförsäljare utför service och underhåll, så länge tjänsterna uppfyller samma kvalitetskrav. Ägare till äldre fordon, som dessutom vanligtvis kräver mer omfattande reparationer och underhåll, brukar ofta vända sig till oberoende verkstäder och detta är också ett tecken på att någon naturlig länk mellan försäljning och service inte finns. Enligt kommissionen är länken något som framhålls mer av leverantörerna än av efterfrågan på marknaden. En naturlig länk kan man endast tala om i de fall där en sådan finns som ett resultat av efterfrågan på marknaden. Länken kan med andra ord sägas vara framtvingad, främst av producentintressen men även till viss del för att gynna återförsäljarna inom nätverket som kompensation för den magra vinst som försäljningen genererar.⁴²

Kopplingen har under senare år luckrats upp. 50 % av marknaden för service består av oberoende service- och reparationsverkstäder. I glesbefolkade områden, som t.ex. Skandinavien, väljer biltillverkare att ingå avtal med oberoende serviceverkstäder för att vara säkra på att det finns ett heltäckande nät av service tillgängligt för konsumenterna. Bevisen för att länken mellan försäljning och service försvagats talar för att det inte längre är berättigat att tala om en naturlig koppling. Förordning 1475/95 har krävt att kopplingen ska finnas och därmed hindrat en innovativ utveckling mot en friare och mer effektiv organisation av motorfordonssektorn.⁴³

3.2.5 Otillräcklig tillgång till teknisk information för oberoende reparatörer

Biltillverkarna är under vissa villkor skyldiga att ge oberoende reparatörer tillgång till teknisk information som är nödvändig för underhåll och reparation av tillverkarens fordon. Den tekniska informationen är viktig både ur säkerhets- och miljösynpunkt. De mycket avancerade elektroniska system som numera finns i motorfordon medför att den tekniska informationen har fått ökad betydelse. Leverantören har dock enligt förordning 1475/95 rätt att vägra lämna ut teknisk information om den omfattas av tillverkarens immateriella rättigheter eller identifierad, konkret och konfidentiell know-how.⁴⁴ Oberoende reparatörer har påpekat att de har problem med att få tillgång till teknisk information, speciellt avseende de mer tekniskt avancerade delarna till fordonen. Problemen avser särskilt information under första året för nya modeller, information om elektroniska

⁴² *Report on Regulation 1475/95*, s. 80-81.

⁴³ Autopolis utredning, s. 16-18 och s. 56-62.

⁴⁴ Artikel 6(1)(12) i förordning 1475/95.

apparater och tillgång till felsökningsutrustning. Eftersom varje tillverkare har sin egen informationsteknologi och sina egna system, har reparatörer med liten verksamhet svårt att ekonomiskt klara att köpa de nödvändiga informationssystemen. Kommissionen konstaterar i sin utvärderingsrapport att tillgången till teknisk information för oberoende reparatörer fortfarande är begränsad. Nyproducerade bilar är tekniskt avancerade produkter och utvecklingen går hela tiden framåt. För att konkurrensen avseende service på eftermarknaden ska vara effektiv krävs att alla aktörer har tillgång till den tekniska information som krävs.⁴⁵

3.2.6 Reservdelstillverkare har endast begränsad tillgång till nätverken av återförsäljare

Ett annat problem som identifierats är att reservdelstillverkare inte har kunnat sälja sina produkter via nätverken av återförsäljare i den utsträckning som de önskat. Konsumenten ska ha möjlighet att välja mellan reservdelar i original (d.v.s. tillverkade av biltillverkaren) och reservdelar av motsvarande kvalitet. Reservdelar av motsvarande kvalitet kan ibland vara upp till 30 % billigare än originaldelar. En orsak till problemet är att konsumenterna inte får tillräcklig produktinformation om dessa reservdelar och därför tror att originalreservdelar håller högre kvalitet. Merparten av reservdelarna levereras via biltillverkaren (även om de bara tillverkar ca 20 % av reservdelarna). Till viss del skulle reservdelarna kunna levereras till lägre priser direkt från reservdelstillverkarna.⁴⁶

3.2.7 Återförsäljarnas oberoende har inte ökat i någon märkbar utsträckning

Eftersom återförsäljare ofta är små eller medelstora företag och därför är den ekonomiskt svagare parten i avtalet, har kommissionen i förordning 1475/95 haft regler som syftar till att skydda dem. Kommissionen har i sin rapport konstaterat att återförsäljarna i praktiken är ekonomiskt beroende av leverantören även om leverantören skulle följa normerna i förordning 1475/95. Leverantören har p.g.a. den ekonomiska obalansen möjlighet att kontrollera sina återförsäljare. Målet att återförsäljarna ska bli mer självständiga har inte uppnåtts i någon större utsträckning, även om vissa förbättringar har skett. Längre minimiperioder och rätt för parterna att använda oberoende experter eller skiljedomare är exempel på regler som givit viss positiv effekt för att öka återförsäljarnas självständighet.⁴⁷

3.3 Böter för biltillverkare

Efter klagomål från konsumenter har kommissionen företagit ett antal undersökningar hos biltillverkare, deras importörer och en del återförsäljare. Dessa har resulterat i att kommissionen i ett antal fall fastställt brott mot

⁴⁵ *Report on Regulation 1475/95*, s. 93-96.

⁴⁶ *Report on Regulation 1475/95*, s. 82-83 och s. 91-92.

⁴⁷ *Report on Regulation 1475/95*, s. 81 och 96.

konkurrensreglerna. Detta utgör ytterligare indikationer på att förordning 1475/95 inte främjat konkurrensen på det sätt som eftersträvats. Biltillverkarna har gjort sig skyldiga till särskilt allvarliga konkurrensbegränsningar som är svartlistade i förordning 1475/95.⁴⁸

Kommissionen beslöt i januari 1998 att bötfälla Volkswagen AG för att företaget tillsammans med sitt dotterbolag Audi AG systematiskt tvingat italienska återförsäljare av VW och Audi att vägra sälja bilar till utländska kunder, främst konsumenter från Tyskland och Österrike. I samförstånd med Volkswagens italienska dotterbolag Autogerma (officiell importör av VW och Audi i Italien) hade en strategi utarbetats, vilken syftade till att hindra eller i omfattande utsträckning begränsa köpare från andra medlemsstater att köpa bil hos de italienska återförsäljarna. Kommissionen kunde konstatera att Volkswagen bevisligen velat dela upp marknader och hindra parallellimport under tio års tid. Vidare hade företaget utnyttjat sin ekonomiska styrka för att styra de italienska återförsäljarna. Konkurrensbegränsningarna ansågs allvarliga och kommissionen beslutade att Volkswagen skulle betala 102 miljoner euro i böter.⁴⁹ Kommissionens beslut bekräftades i huvudsak av Förstainstansrättens avgörande, även om bötesbeloppet sänktes till 90 miljoner euro av domstolen.⁵⁰

I september 2000 beslöt kommissionen att Opel Nederland och General Motors Nederland var skyldiga att betala 43 miljoner euro i böter för att ha försökt begränsa och/eller hindra köp av nya Opelbilar i Nederländerna ämnade för omedelbar export. Enligt kommissionen utgjorde dessa åtgärder allvarliga konkurrensbegränsningar och visade att Opel Nederland och General Motors Nederland inte accepterade reglerna i förordning 1475/95.⁵¹

Volkswagen har undersökts av kommissionen en andra gång, denna gång misstänkta för att ha fastställt de tyska återförsäljarnas priser. Kommissionen ansåg det bevisat att Volkswagen krävt av sina återförsäljare att de inte skulle sälja nya VW Passat till ett pris som var avsevärt lägre än det rekommenderade priset och/eller att återförsäljarna skulle begränsa eller vägra ge rabatter till kunder. De tyska återförsäljarna som inte följde Volkswagens priser hotades med uppsägning. Volkswagen tvingades efter kommissionens beslut att än en gång att betala böter.⁵²

I oktober 2001 kom nästa beslut där DaimlerChrysler ansågs ha gjort sig skyldigt till allvarliga konkurrensbegränsningar. DaimlerChrysler hade sedan 1985 hindrat parallellhandel genom att ha instruerat auktoriserade återförsäljare för Mercedes i Tyskland att inte sälja till kunder utanför deras respektive tilldelade område samt att av utländska kunder kräva en

⁴⁸ *Report on Regulation 1475/95*, s. 61.

⁴⁹ Kommissionens beslut av den 28 januari 1998 – *Volkswagen AG*, EGT L 124, 25.04.1998, s. 60.

⁵⁰ Mål T-62/98 *Volkswagen mot kommissionen*, [2000] ECR II-02707.

⁵¹ Kommissionens beslut av den 20 september 2000 – *Opel Nederland B. V. och General Motors Nederland B. V.*, EGT L 59, 28.02.2001, s. 1.

⁵² Kommissionens beslut av den 29 juni 2001 – *Volkswagen AG*, EGT L 262, 02.10.2001, s. 14.

deposition på 15 %. Utöver detta hindrades agenter och återförsäljare av Mercedes i Tyskland och Spanien att sälja till oberoende leasingföretag så länge leasingföretaget inte funnit någon kund till bilen. Detta innebar enligt kommissionen att konkurrensen mellan DaimlerChryslers egna leasingföretag och oberoende leasingföretag begränsades. De senare kunde inte bygga upp ett lager eller dra fördel av mängdrabatter. De oberoende leasingföretagen kunde som en följd av systemet inte ge lika bra villkor, speciellt inte avseende priser och tillgänglighet av bilar till sina kunder. DaimlerChrysler hade även gjort sig skyldigt till prisfastställelse på den belgiska marknaden.⁵³

Kommissionen har på senare år fått mottaga ett stort antal klagomål från konsumenter som hindrats när de velat utnyttja den möjlighet till parallellhandel som den gemensamma marknaden erbjuder.⁵⁴ Den europeiska konsumentorganisationen BEUC har också påpekat vissa problem och framfört krav på förändring till kommissionen.⁵⁵

3.4 Förordning 2790/99 – inte lämplig för bilindustrin

Kommissionen är av åsikten att erfarenheter av distributions- och serviceavtal inom bilindustrin har visat att det är nödvändigt att fastställa striktare regler inom denna sektor än de som finns i kommissionens förordning 2790/99. Förordning 2790/99 anses vara för generös mot leverantörerna och striktare regler behövs för att komma till rätta med obalansen som präglar konkurrensen inom motorfordonssektorn. Avseende flermärkesförsäljning skulle förordning 2790/99 innebära ett steg tillbaka, eftersom denna under en period av fem år tillåter konkurrensklausuler (som sedan måste omförhandlas). Förordning 2790/99 innehåller inte heller någon s.k. tillgänglighetsklausul liknande den som finns i förordning 1475/95. Tillgänglighetsklausulen ger återförsäljaren möjlighet att beställa en bil åt en utländsk köpare som vill köpa bil utomlands med vissa identiska specifikationer som samma modell som säljs i den utländske köparens medlemsstat. Tillgänglighetsklausulen har fått stor betydelse för brittiska konsumenter som vill undgå de höga priserna i Storbritannien och önskar köpa en högerstyrd bil i annan medlemsstat. Vidare ansågs reglerna i förordning 2790/99 inte passa för att slå vakt om konkurrensen på eftermarknaden.⁵⁶

⁵³ Kommissionens beslut av den 10 oktober 2001 – *DaimlerChrysler AG*, EGT L 257, 25.09.2002, s. 1.

⁵⁴ *Report on Regulation 1475/95*, annex III-IV, s. 140-141.

⁵⁵ *Draft Commission Regulation (EC) on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices in the motor vehicle industry, final BEUC reaction, position paper*, BEUC/X/017/2002, s. 2-3.

⁵⁶ *Utkast kommissionens förordning (EG) nr .../... av den [...] om tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden inom bilindustrin*, EGT C 67/2, 16.03.2002, s. 2 och intervju med Sven Norberg, direktör på Generaldirektoratet för konkurrens. Inom doktrin finns dock företrädare som är av den åsikten att förordning 2790/99 lämpar sig även för bilbranschen, se Middleton, Kirsty.

3.5 Reformkrav från nationella konkurrensmyndigheter

De flesta av EU:s medlemsstater som uttryckt sin åsikt har ansett att reglerna i förordning 1475/95 behöver revideras, i större eller mindre omfattning. Konkurrensmyndigheterna i Storbritannien och Danmark har dessutom publicerat rapporter där förordning 1475/95 utvärderats.

I den brittiska rapporten kritiseras leverantörens möjlighet att kombinera selektiva och exklusiva distributionssystem. Rapporten förordar omfattande förändringar för att komma till rätta med de negativa effekter som konstaterats. Bland rekommendationerna märks bl.a. att leverantörer inte ska tillåtas att använda sig av exklusiv distribution. Flermärkesförsäljning måste tillåtas och i rapporten förordas att kopplingen mellan försäljning och service bör brytas. Den brittiska rapporten hävdar sammanfattningsvis att förordning 1475/95 medför att brittiska konsumenter får betala högre priser för sina bilar. Förordningen bör enligt rekommendationer i rapporten bytas ut eller i vart fall tillåtas löpa ut och inte förnyas. Maktbalansen mellan biltillverkarna och återförsäljarna måste jämnas ut enligt de brittiska experterna.⁵⁷

2001 publicerade Konkurrencestyrelsen, den danska konkurrensmyndigheten, sin rapport *Aftaler og priser på Autoområdet*.⁵⁸ Myndigheten kom till slutsatsen att mellanmärkeskonkurrensen på marknaden för försäljning av nya bilar i Danmark är tillämplig men att inommärkeskonkurrensen är otillräcklig. Vidare fastslog Konkurrencestyrelsen att konkurrensen mellan auktoriserade verkstäder och oberoende verkstäder är otillräcklig. Huvudorsaken till bristerna på konkurrens ansågs vara allt för generösa regler i förordning 1475/95. Den otillräckliga konkurrensen på eftermarknaden var ett utslag av att mellanmärkeskonkurrensen är så stark. Eftersom tillverkarna inte har så stora inkomster av försäljningen vill de istället kontrollera eftermarknaden så mycket som möjligt för att öka sina inkomster på den marknaden. För oberoende verkstäder, reservdelsgrossister och förmedlare finns hinder för tillträde till marknaden. Den danska rapporten ansåg att någon gemensam marknad inom EU inte existerar, utan en uppdelning av marknaderna har skett och till följd av detta finns stora prisskillnader. Konkurrencestyrelsen instämmer i kommissionens slutsatser och önskar se ökad självständighet för återförsäljare, bättre möjligheter för oberoende verkstäder och självständiga förmedlare. Det finns ett behov av nya distributionskanaler utan kvantitativa och exklusiva kriterier som istället är grundade på endast kvalitativa villkor och som ger konsumenterna ökade valmöjligheter.

⁵⁷ The Competition Commission report, *New Cars: A report on the supply of new cars within the U.K.*, Cm. 4660, the Secretary of State for Trade and Industry, April 2000. Finns tillgänglig på www.competition-commission.org.uk/reports/439cars.htm#summary. Hemsidan besökt den 7 oktober 2002.

⁵⁸ Konkurrencestyrelsen, *Aftaler og priser på Autoområdet*, 2001. Hemsidan besökt den 6 november 2002, <http://www.ks.dk/publikationer/2001/autobranche/autobranche-49.htm#TopOfPage>.

4 Förordning nr 1400/2002 – vilka principer bygger den på?

4.1 Allmänt

Förordning 1400/2002 är liksom sin föregångare tillämplig inom hela EU och även inom EES. Jämfört med sin föregångare, förordning 1475/95, och det generella gruppundantaget för vertikala avtal, förordning 2790/99, är det nya regelverket strängare. Detta är enligt kommissionen en nödvändig lösning med tanke på de konkurrensproblem som konstaterats specifikt för motorfordonsbranschen. Kommissionens generella inställning avseende vertikala avtal, som återspeglas i förordning 2790/1999 med dess kompletterande *Riktlinjer om vertikala begränsningar*⁵⁹ (i fortsättningen kallade *Riktlinjer*), har dock präglats även motorbranschens nya regelverk. Lagstiftningstekniken är densamma och i många fall kan vägledning sökas i förordning 2790/99 och *Riktlinjer*.⁶⁰ De vertikala avtalen inom motorfordonssektorn ska således bedömas i sin ekonomiska kontext. Principen är också att aktörerna på marknaden ska få frihet att organisera distribution och service som det bäst passar deras behov. Leverantören kan fortfarande behålla kontrollen över storleken, tätheten och sammansättningen av sitt distributionsnätverk.⁶¹ Genom att öppna upp distributionskanalerna och inte föreskriva en enda modell för distribution vill man från kommissionens sida undvika den ”tvångströjeeffekt” som präglats branschen fram till idag. Istället ska näringslivets aktörer få ökade valmöjligheter som ska främja utveckling och innovation av distribution inom motorfordonssektorn.⁶²

Formellt sett är gruppundantag en lite speciell form av lagstiftning. Detta gruppundantag ger näringslivet möjlighet att utforma sina distributions- och serviceavtal enligt sina behov. Förordning 1400/2002 talar inte om exakt för näringslivet hur de ska göra utan stipulerar endast vad som inte är tillåtet. Ett gruppundantag ska bistå marknadsaktörerna med vägledning när de skriver sina distributions- och serviceavtal. Aktörerna i näringslivet kan utforma sina avtal i strid med gruppundantaget men riskerar då att lätt hamna i konflikt med konkurrensreglerna. Det bör också understrykas att kommissionens gruppundantag speglar den praxis som vuxit fram och den

⁵⁹ *Tillkännagivande från kommissionen - Riktlinjer om vertikala begränsningar*, EGT C 291, 13.10.2000, s. 1.

⁶⁰ Intervju med Sven Norberg.

⁶¹ *Explanatory Brochure on the Commission Regulation (EC) No 1400/2002 of 31 July 2002 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices in the motor vehicle sector* (i fortsättningen *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*), s. 11.

⁶² Intervju med Sven Norberg.

erfarenhet kommissionen fått efter att i många år ha arbetat med det gamla gruppundantaget.⁶³

Statistik visar att inköspriset och kostnaden för underhåll och reparationer var för sig uppgår till ungefär 40 % av den totala kostnaden för ägandet. De resterande 20 % utgörs av kostnader för försäkring, finansiering m.m.⁶⁴ Med anledning av denna kostnadsfördelning är det naturligt att förordning 1400/2002 måste behandla konkurrensrättsliga spörsmål både avseende försäljning av nya motorfordon, service och reparation.⁶⁵

Artikel 1 i förordning 1400/2002 tar upp den innebörd vissa termer har avseende tillämpningen av förordningen. Här definieras bl.a. vad som enligt förordningen avses med konkurrensklausul, exklusiv leveransskyldighet, selektivt distributionssystem, auktoriserad reparatör, oberoende reparatör, originalreservdelar och reservdelar av motsvarande kvalitet. Artikel 2 behandlar förordningens tillämpningsområde, d.v.s. vertikala avtal som avser villkor för parternas inköp, försäljning eller återförsäljning av nya motorfordon, reservdelar för motorfordon eller reparations- och underhållstjänster för motorfordon. Tillämpningsområdet är lite större jämfört med förordning 1475/95 då det exempelvis omfattar fristående auktoriserade reparatörer.

Artikel 3 tar upp de generella villkor som ska vara uppfyllda för att avtalet ska få undantas med stöd av förordningen. I likhet med förordning 2790/99 har kommissionen i förordning 1400/2002 valt att införa tröskelvärden för marknadsandelar. Detta beror på att sannolikheten för att de positiva effekter som de vertikala avtalen inom motorfordonssektorn kan medföra beror på de berörda företagens marknadsinflytande. Det är därför nödvändigt att bedöma företagens marknadsstyrka och i vilken utsträckning företagen konkurrerar med andra leverantörer av en vara eller en tjänst vilka av köparen betraktas som likvärdiga eller utbytbara med hänsyn till varans eller tjänstens egenskaper, pris och tilltänkta användning. Tröskelvärdena varierar för olika typer av avtal, men generellt sett får marknadsandelen inte vara större än 30 %. Undantagen från denna huvudregel gäller vid kvantitativ selektiv distribution av nya motorfordon, i detta fall är marknadsandelar upp till 40 % accepterade, och kvalitativ distribution där marknadsandelen får vara hur stor som helst. För att bedöma huruvida ett vertikalt distributionsavtal faller under tillämpningsområdet för förordning 1400/2002 krävs alltså först en definition av den relevanta produktmarknaden och den relevanta geografiska marknaden och sedan en beräkning av de berörda företagens marknadsandel.⁶⁶

⁶³ Intervjuer med Sven Norberg och Monica Widegren, chef för internationella sekretariatet på Konkurrensverket.

⁶⁴ Andersens utredning, s. 43.

⁶⁵ *Förklaring till utkastet till kommissionens förordning (EG) nr .../... av den [...] om tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden inom bilindustrin*, EGT C 67, 16.03.2002, s. 14.

⁶⁶ Artikel 3(1) och 3(2) i förordning 1400/2002. För närmare information om marknadsdefinition för motorfordonsbranschen, se *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*, s. 70-73 och *Quantitative Study on the Demand for New Cars to Define the*

Kommissionen har inte velat styra exakt hur distributionsnätverken ska organiseras eller vilket innehåll som ska vara tillåtet. Istället är allt tillåtet (under förutsättning att avtalet uppfyller grundvillkoren för att förordningen ska kunna tillämpas) utom de begränsningar i artikel 4 som utgör den ”svarta listan”. Dessa begränsningar anses vara särskilt allvarliga och avtal som innehåller dylika bestämmelser får inte undantas med stöd av förordningen.

I artikel 5 stipuleras särskilda villkor för skyldigheter i vertikala avtal avseende försäljning av nya bilar, reparation/underhåll och reservdelar. Innehåller ett vertikalt avtal en klausul med någon av de i artikel 5 nämnda skyldigheterna ska den klausulen inte beviljas undantag med stöd av den nya förordningen. Här drabbas alltså inte hela avtalet utan det är endast den enskilda klausulen som inte beviljas undantag.

Enligt artikel 10 gäller en övergångsperiod för ett år för avtal som var gällande den 30 september 2002. I artikel 11 stadgas att kommissionen regelbundet ska övervaka hur förordningen verkar och senast den 31 maj 2008 ska en utvärderingsrapport presenteras. Enligt artikel 12 trädde förordningen ikraft den 1 oktober 2002 med undantag av artikel 5(2)(b), d.v.s. förbudet mot lokaliseringsklausuler för återförsäljare. Artikel 5(2)(b) tillämpas från och med den 1 oktober 2005. Förordning 1400/2002 ska enligt artikel 12(3) upphöra att gälla den 31 maj 2010.

4.2 Förbud mot kombination av selektiv och exklusiv distribution skapar valmöjligheter

Den nya förordning 1400/2002 ger fler valmöjligheter för marknadsaktörerna men för att säkerställa en effektiv konkurrens på den inre gemensamma marknaden är reglerna strängare. De nya reglerna är mer flexibla och ska därmed motverka den ”tvångströjeeffekt” som uppstod när kombination av selektiv och exklusiv distribution tilläts och alla tillverkare därför använde i princip identiska distributionssystem. Kommissionens förhoppning är att det nya regelverket ska främja en utveckling av innovativa distributionssystem som i slutändan verkligen ska gynna EU: s konsumenter.⁶⁷

Eftersom kombinationen av selektiva och exklusiva distributionssystem var orsak till att alla motorfordon distribuerades på samma sätt, vilket orsakade allvarliga konkurrensbegränsningar, tillåter inte förordning 1400/2002 en kombination av de båda systemen. Leverantörerna har möjlighet att välja exklusiv distribution där varje godkänd återförsäljare får ett exklusivt försäljningsområde, men är tillåtna att sälja till aktörer som inte är medlemmar i det auktoriserade nätverket (till s.k. gråzonsåterförsäljare). En

Relevant Market in the Passenger Car Sector, Frank Verboven, K.U. Leuven, september 2002.

⁶⁷ *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*, s. 11.

återförsäljare i ett exklusivt distributionssystem får dock endast bedriva passiv försäljning utanför det tilldelade försäljningsområdet. Det andra alternativet som står leverantören till buds är att använda sig av ett selektivt distributionssystem, där återförsäljarna väljs ut om de uppfyller vissa kvalitativa krav. Väljer leverantören dessutom att basera sitt selektiva system på både kvalitativa och kvantitativa krav kan han även begränsa antalet återförsäljare och sätta upp försäljningsmål. I ett selektivt distributionssystem får återförsäljaren inget eget försäljningsområde och kan sälja aktivt inom hela EU. Återförsäljaren kan däremot förbjudas att sälja till gräzonsåterförsäljare. Han kan även etablera ytterligare försäljnings- och leveransställen inom hela unionen. Leverantören är förbjuden att genom s.k. lokaliseringssklausuler hindra denna typ av fri etablering efter den 30 september 2005. Efter detta datum kommer alltså återförsäljare i selektiva distributionssystem ha fri etableringsrätt inom hela EU. Leverantören kan dock kräva att försäljnings- eller leveransstället ska uppfylla samma kvalitetskrav som liknande avsättningsställen som är lokaliserade inom samma geografiska område. Det är dock inte rimligt att exempelvis ställa samma krav på ett leveransställe som en utställningslokal, då detta skulle utgöra en indirekt begränsning av aktiv försäljning. För att leverantören ska kunna försäkra sig om att hans nätverk har den geografiska täckning och täthet som han önskar är det inte tillåtet för en återförsäljare att stänga det ursprungliga försäljningsstället utan att leverantören godkänner det.⁶⁸

Det finns inget som hindrar att en leverantör väljer ett selektivt system för vissa marknader inom EU och exklusiv distribution för andra marknader. Förbudet mot kombination gäller alltså för ett och samma avtal.⁶⁹

4.3 Bättre möjligheter till flermärkesförsäljning

Genom att göra det enklare för återförsäljare att sälja flera märken under samma tak hoppas kommissionen att mellanmärkeskonkurrensen ska öka och pressa ned priserna, eller i alla fall utjämna de prisskillnader som finns mellan olika marknader. Studier⁷⁰ har visat att konsumenterna⁷¹ skulle uppskatta att i en och samma affärslokal kunna välja och jämföra olika bilmärken. Konsumenterna har då lättare att jämföra modeller, kvalitet och priser. Flermärkesförsäljning ökar också återförsäljarnas självständighet mot leverantörerna och det är också mycket positivt för återförsäljare i glesbefolkade områden.⁷²

⁶⁸ Artikel 4(1)(b)(iii), 4(1)(d), 5(2)(b) och 12(2) samt stycke 13-15 och 29 i ingressen. Se även *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*, s. 52-54.

⁶⁹ Pressmeddelande, *Commission adopts comprehensive reform of competition rules for car sales and servicing*, IP/02/1073, 17 juli 2002.

⁷⁰ Se t.ex. Lademanns utredning, s. 56.

⁷¹ I förordning 1400/2002 talas om slutanvändare, se artikel 1(1)(d). Detta begrepp innefattar även leasingföretag om inte leasingavtalen som används medger en överföring av äganderätten eller en rätt för leasingtagaren att köpa bilen innan avtalet slutat gälla.

⁷² Pressmeddelande, *Putting the consumer in the driver's seat – the Commission proposes a bold reform of car sales rules*, IP/02/196, 5 februari 2002.

Den nya förordningen ställer inte upp lika strikta krav som förordning 1475/95 för att flermärkesförsäljning ska vara tillåten. Leverantören kan dock kräva att återförsäljaren ska göra upp till 30 % av sina totala inköp av leverantören eller annat företag som leverantören utsett. Numera får leverantören acceptera att dela utställningslokal med konkurrerande märken, men kan ställa krav på att hans bilar ska ställas ut i en särskild del av lokalen för att undvika förväxling mellan märkena. En skyldighet att ha särskild säljpersonal för de olika bilmärkena betraktas som en indirekt konkurrensklausul och omfattas inte av gruppundantaget, såvida inte återförsäljaren vill ha särskild personal för olika märken och leverantören står för alla extra omkostnader detta medför. En leverantör kan heller inte kräva att återförsäljaren ska ställa ut hela sortimentet av bilar, om detta skulle resultera i att försäljningen eller utställningen av fordon som tillverkats av en konkurrent blir omöjlig eller oskäligt svår.⁷³

4.4 Inre gemensam marknad – en realitet för konsumenterna

Kommissionen konstaterade i sin utredningsrapport från 2000 att det fortfarande existerade stora prisskillnader mellan medlemsstaterna, se 3.2.2. I kommissionens allra senaste prisrapport, som visar priserna på de nationella marknaderna per den 1 maj 2002, framgår att prisskillnaderna fortfarande är stora. Konkurrensen och marknadsintegrationen är otillräcklig och den ökade jämförbarheten av priserna med anledning av eurons införande har inte resulterat i någon tendens till prisutjämning. De lägsta priserna före skatt finner vi i Grekland, Spanien, Danmark och Finland. Högst är priserna i Tyskland, Österrike och Storbritannien. Konsumenterna ska med hjälp av förordning 1400/2002 kunna utnyttja fördelarna med en inre gemensam marknad och således kunna köpa sin bil i vilken medlemsstat de vill.⁷⁴

4.4.1 Tillgänglighetsklausulen finns kvar i nya förordningen

Den s.k. tillgänglighetsklausulen (se avsnitt 3.4) som funnits i förordning 1475/95 finns även kvar i förordning 1400/2002. Den har t.ex. gjort det möjligt för brittiska konsumenter att köpa högerstyrda bilar från återförsäljare i andra medlemsstater till lägre priser.⁷⁵

4.4.2 Aktiva försäljningsåtgärder från återförsäljare

I selektiva distributionssystem kommer det framöver att vara tillåtet med aktiv försäljning i andra områden än det egna försäljningsområdet. Marknadsföring och t.o.m. personlig e-post är tillåtet.⁷⁶ Förbudet mot s.k. lokaliseringssklausuler (se avsnitt 4.2) innebär dessutom att efter den 30

⁷³ Artikel 1(1)(b), 5(1)(a) och (c) samt stycke 27 i ingressen.

⁷⁴ Pressmeddelande, *Car prices in the European Union: still substantial price differences, especially in the mass market segments*, IP/02/1109, 22 juli 2002. Finland har de lägsta priserna och Storbritannien de högsta.

⁷⁵ Artikel 4(1)(f) i förordning 1400/2002.

⁷⁶ Artikel 4(1)(d) i förordning 1400/2002.

september 2005 finns det en fri etableringsrätt för återförsäljare i selektiva distributionsnätverk. En återförsäljare i ett land med lägre priser kan då etablera ytterligare ett försäljnings- eller leveransställe i ett land med högre priser. Genom att öppna ett sekundärt försäljningsställe kan återförsäljaren konkurrera med de inhemska återförsäljarna genom att sälja till lägre priser. Med hjälp av aktiva återförsäljare kan konsumenterna få en verklig möjlighet att köpa bil av en utländsk återförsäljare.⁷⁷

En återförsäljares leveranskvot får inte baseras på ett försäljningsområde som är mindre än den gemensamma marknaden, en dylik bestämmelse skulle annars utgöra en indirekt begränsning av försäljningen och beviljas inte undantag med stöd av förordningen. Bonussystem får inte heller vara baserade på slutanvändarens hemvist eller orten där fordonet blir registrerat, utan all försäljning måste tas med i beräkningen av återförsäljarens bonus.⁷⁸

4.4.3 Förmedlare får friare händer att agera

Förmedlare eller ombud är en person eller ett företag som köper ett nytt fordon på uppdrag av konsumenten utan att vara medlem av leverantörens distributionsnätverk. Det är viktigt att skilja dessa från oberoende återförsäljare som köper fordon för vidare återförsäljning men som inte agerar för en speciell konsuments räkning. Förmedlare som yrkesmässigt hjälper konsumenter som önskar köpa en ny bil i annan medlemsstat spelar en viktig roll för att ambitionen att skapa en gemensam marknad ska kunna förverkligas. Tidigare har det varit tillåtet för leverantören att förbjuda en återförsäljare att sälja mer än 10 % av de nya fordonen genom en given förmedlare. Det har även varit accepterat att ålägga en förmedlare begränsningar när det gäller lokaliseringen av dennes verksamhet. Kommissionen har nu valt att upphäva några av de regler⁷⁹ som styr förmedlarnas verksamhet och därmed utgjort ett indirekt hinder för parallellhandel. Förmedlarna har i och med införandet av förordning 1400/2002 fått friare händer att agera. En återförsäljare får numera sälja obegränsat antal bilar genom en förmedlare eller via ett ombud. Leverantören kan endast kräva att återförsäljaren före försäljning ska undersöka att förmedlaren har giltigt tillstånd, skriftligt eller med elektronisk signatur, från konsumenten. En återförsäljare i ett selektivt system får som bekant inte sälja till oberoende återförsäljare och kan därför på eget initiativ be förmedlaren om dokument som styrker köparens identitet. Skulle däremot leverantören uppmana återförsäljaren att systematiskt be om denna typ av bevis, täcks detta inte av förordningen.⁸⁰

⁷⁷ Artikel 5(2)(b) och 12(2).

⁷⁸ Stycke 16 i ingressen till förordning 1400/2002.

⁷⁹ *Tillkännagivande från kommissionen om förordning (EEG) nr 123/85 av den 12 december 1984 om tillämpning av fördragets artikel 85.3 på vissa grupper av försäljnings- och serviceavtal*, EGT C 17, 18.1.1985, s. 4 och *Tillkännagivande från kommissionen – Klargöranden av verksamheterna vid förmedling av motorfordon*, EGT C 329, 18.12.1991, s. 20.

⁸⁰ Stycke 14 i ingressen till förordning 1400/2002 och *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*, s. 45-46.

4.5 Återförsäljarnas kommersiella självständighet ökar

Den äldre lagstiftningen innehöll visserligen bestämmelser som syftade till att stärka återförsäljarnas kommersiella självständighet gentemot biltillverkarna, men dessa har enligt kommissionens utvärdering inte varit tillräckliga. Ett exempel på ändring som gjordes när förordning 1475/95 infördes, är att uppsägningstiden för avtal på obestämd tid förlängdes från ett till två år. Kommissionen vill i förordning 1400/2002 gå ett steg längre och ställer därför kravet att biltillverkare som vill säga upp kontrakt med återförsäljare måste ange tydliga, skriftliga skäl för detta. Detta krav införs för att stoppa biltillverkare från att använda uppsägning, eller hot om uppsägning, som en metod för att hindra återförsäljare från att vidta åtgärder som ökar konkurrensen, som t.ex. flermärkesförsäljning eller försäljning av fordon till konsumenter i annan medlemsstat. Med hjälp av skriftliga skäl kan en domare eller skiljedomare i efterhand avgöra huruvida uppsägningen var grundad på giltiga skäl.⁸¹

En återförsäljare eller auktoriserad reparatör ska ha rätt att överlåta sin verksamhet till annat företag av samma typ inom samma distributionsnätverk. Samma typ innebär i detta fall att överlåtelsen får ske från återförsäljare till återförsäljare respektive verkstäder till verkstäder. En återförsäljare är även tillåten att sälja sitt företag till en återförsäljare vars uppsägningstid börjat löpa, under förutsättning att återförsäljaren som blivit uppsagd uppfyller leverantörens kvalitativa krav. Bestämmelserna om överlåtelse hör till de allmänna regler som måste vara uppfyllda i det vertikala avtalet för att avtalet skall undantas enligt förordningen.⁸²

Utvecklingen av återförsäljarnas kommersiella frihet har tagit ett stort steg framåt i och med underlättandet av flermärkesförsäljning. Från den 1 oktober 2002 är det ekonomiskt möjligt för många återförsäljare att sälja flera märken i samma lokal och återförsäljaren är därmed inte så beroende av en enda leverantör. De distributionssystem som finns i den nya förordningen gör det vidare möjligt för återförsäljare att, oberoende av vad leverantörerna anser, mer aktivt locka kunder från andra försäljningsområden eller sälja till medlemmar utanför nätverket (beroende på vilket distributionssystem som leverantören använder, se avsnitt 4.2).⁸³

⁸¹ Stycke 9 i ingressen samt artikel 3(4) i förordning 1400/2002. Se även pressmeddelande IP/02/1073.

⁸² Artikel 3(3) och stycke 10 i ingressen till förordning 1400/2002 samt *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*, s. 57-58.

⁸³ Artikel 4(1)(b)(iii), 4(1)(d), 4(1)(f), 5(2)(b) och 12(2) samt stycke 13-15 och 29 i ingressen. Se även *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*, s. 52-54.

4.6 Inget tvång att sälja till stormarknader eller renodlade Internetåterförsäljare

Det har spekulerats mycket i om kommissionen kommer tvinga leverantörerna att leverera till stormarknader eller renodlade Internetåterförsäljare. Många tillverkare har oroat sig för vad som händer med märkesprofilen om de måste tillåta att t.ex. Ica, KF eller IKEA säljer bilar. Avseende stormarknader och dylikt menar kommissionen att det skulle krävas extrema omständigheter för att en konkurrensmyndighet skulle tvinga en leverantör att sälja till en specifik aktör eller grupper av aktörer. Normalt sett har en leverantör rätt att själv välja vem han vill sälja sin produkt eller tjänst till. I Europas motorfordonssektor finns idag inte någon sådan extrem situation och därför gör de flexibla reglerna att leverantören själv kan välja om han vill sälja till en stormarknad. En stormarknad kan vara återförsäljare om den uppfyller leverantörens krav på återförsäljare. I ett selektivt distributionssystem baserat enbart på kvalitativa kriterier kan leverantören inte vägra att sälja till stormarknaden om den uppfyller de uppställda kriterierna. Om leverantören däremot tillämpar ett kvantitativt selektivt system kan han vägra att sälja till stormarknaden, eftersom antalet återförsäljare kan begränsas. I ett exklusivt system kan leverantören givetvis vägra utse en stormarknad som återförsäljare.⁸⁴

Leverantören är inte heller tvungen att acceptera renodlade Internetåterförsäljare som medlemmar i sitt nätverk. Kommissionen slår fast att de fördelar som kanske på sikt skulle tillkomma konsumenterna övervägs av nackdelar. Problemet med renodlade Internetåterförsäljare är att de kan åka snålskjuts på andra återförsäljare som måste investera i utställningslokal, utbildad personal och fordon för provkörning. Risken att konsumenterna använder sig av de råd och tjänster som den ”vanlige” återförsäljaren står för och sedan gör själva inköpet via Internet måste betecknas som stor. Det är dock naturligtvis tillåtet för den ”vanlige” återförsäljaren att sälja via Internet eller att via Internet hänvisa potentiella kunder till sitt försäljningsställe. Med tanke på att en återförsäljare till en låg kostnad kan nå ut till många kunder via Internet är det kanske möjligt att sänka distributionskostnaderna. Lägre distributionskostnader kan i sin tur medföra lägre priser på nya bilar.⁸⁵

Andersens utredning visar att om stormarknader tillåts sälja fordon kan detta medföra en minskad produktinnovation, en ökad koncentration av aktörerna på marknaden och ett minskat och standardiserat produktutbud. Konsumenterna är inte heller speciellt intresserade av att köpa sin bil i en stormarknad eller via Internet.⁸⁶

⁸⁴ Memo, *The Commission Regulation for a new motor vehicle Block Exemption – Question and Answers – Background information on press release IP/02/1073*, Memo/02/174, 17 juli 2002 (i fortsättningen kallat Memo/02/174).

⁸⁵ Memo/02/174.

⁸⁶ Andersens utredning, s. 31-35 och Lademanns utredning, s. 63.

4.7 Marknaden för service och reparation reformeras

4.7.1 Allmänt

Eftersom konsumenterna under ett fordonets livstid spenderar lika stora summor på underhåll och reparation som på själva inköpet är det viktigt att även på eftermarknaden kunna erbjuda valmöjligheter. Samtliga operatörer på eftermarknaden (d.v.s. auktoriserade reparatörer, återförsäljare som även erbjuder service och reparation samt oberoende reparatörer) ska kunna erbjuda tjänster som håller hög kvalitet och därmed bidra till att fordonen kan anses vara säkra, tillförlitliga och acceptabla ur miljöperspektiv.⁸⁷

4.7.2 Koppling mellan försäljning och service inte längre obligatorisk

Som kommissionens utvärderingsrapport visar så präglas återförsäljarnas försäljning av dålig lönsamhet. Dessutom förväntas ytterligare minskningar av återförsäljarens vinster i framtiden, eftersom marknaden för nybilsförsäljning i Västeuropa är mättad. I stället utgörs återförsäljarnas levebröd av den vinst de gör vid försäljning av reservdelar och utförande av reparation eller service. Vinsten för försäljning av reservdelar och utförande av reparation eller service kan vara mycket god i många fall. Den ekonomiska situationen för återförsäljare gör att det för dessa framstår som nödvändigt att erbjuda service och reparation, för att kompensera för det dåliga resultat som själva försäljningen genererar. Kommissionen menar dock att genom att denna kompensationsmöjlighet har funnits, har återförsäljarna saknat incitament att försöka reducera distributionskostnader och därmed rationalisera försäljningsverksamheten.⁸⁸

En återförsäljare kan i framtiden välja om han även vill utföra service och reparationer eller bara specialisera sig på försäljning. Om återförsäljaren föredrar att koncentrera sig på försäljningen har leverantören rätt att kräva att återförsäljaren lägger ut service och reparation på entreprenad till en auktoriserad medlem i leverantörens nätverk. Som service till kunderna kan leverantören kräva att återförsäljaren vid försäljning ska uppge namn och adress på den auktoriserade reparatören.⁸⁹ Den senare kan vara en annan återförsäljare som även utför service och reparation eller ett företag som endast sysslar med service och reparation. Att vara både återförsäljare och reparatör är alltså inte obligatoriskt enligt förordning 1400/2002, men det finns fortfarande möjlighet att kombinera försäljning och service för den som vill.⁹⁰

⁸⁷ *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*, s. 14.

⁸⁸ *Report on Regulation 1475/95*, s. 79 och Lindvall, Per, *Bilia rullar stadigt. Koncernen tar igen på gungorna det den förlorat på karusellen*, *FinansTidningen*, 16 januari, 2002, www.finanstidningen.se.

⁸⁹ Artikel 4(1)(g) och *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*, s. 56.

⁹⁰ Artikel 1(1)(l), 4(1)(g), 4(1)(h) och stycke 22 i ingressen till förordning 1400/2002.

Den nya förordning 1400/2002 gör det möjligt för både oberoende service- och reparationsverkstäder samt de återförsäljare som finns idag att bli utsedda som godkända reparatörer, förutsatt att de uppfyller tillverkarens kvalitetskrav. Tillverkaren kan tillämpa ett selektivt system (kvantitativt eller kvalitativt) eller ett exklusivt system. Det hela beror på den marknadsandel som leverantörens nätverk av auktoriserade reparatörer har när det gäller reparationer av samtliga fordon av det aktuella märket. Om marknadsandelen understiger 30 % är det fritt fram för leverantören att tillämpa vilket system som helst. Leverantören kan i det här läget alltså begränsa antalet reparatörer. Skulle marknadsandelen däremot överstiga 30 % blir följden att om leverantören vill att avtalet ska falla inom tillämpningsområdet för förordning 1400/2002 får han endast tillämpa kvalitativa selektiva kriterier. I denna situation kan leverantören inte begränsa antalet auktoriserade reparatörer utan måste släppa in alla reparatörer som uppfyller de kvalitativa kraven. Leverantören måste redovisa de kvalitativa kriterier han tillämpar, för att en reparatör som är intresserad av att bli auktoriserad medlem av leverantörens nätverk ska kunna veta vilka kvalitativa krav han måste uppfylla. Det kan också vara värt att understryka att leverantören inte får ha olika kriterier för auktoriserade reparatörer respektive för auktoriserade reparatörer som även säljer nya bilar. Auktoriserade reparatörers rätt att utföra reparationer som omfattas av garanti, arbete i samband med återkallelse av fordon och kostnadsfri service får inte begränsas.⁹¹

På samma sätt som återförsäljare numera är tillåtna att sälja flera märken, måste även den auktoriserade reparatören ha rätt att reparera fordon av andra märken. Försöker tillverkaren direkt eller indirekt att begränsa denna rättighet tillämpas gruppundantaget inte på denna begränsning.⁹²

Förbud mot lokaliseringsklausuler gäller även för service- och reparationsverksamheten. Extra etableringsställen måste uppfylla de kvalitativa krav som leverantören har på service- och reparationsverkstäder belägna i samma område. Till skillnad från det förbud mot lokaliseringsklausuler som gäller för försäljning av fordon, har förbudet mot lokaliseringsklausuler för reparationsverkstäder inte skjutits upp till en senare tidpunkt.⁹³

Det är missvisande att tala om en bruten koppling mellan försäljning och service. Istället bör reformen ses som en omorganisering. Genom att marknadsaktörerna kan specialisera sig på en typ av verksamhet uppstår ökad effektivitet. En återförsäljare kan t.ex. koncentrera sig på försäljning och genom exempelvis bättre möjlighet till flermärkesförsäljning skapas förutsättningar för renodlade återförsäljare. Är återförsäljaren av den åsikten att han vill utföra reparationer är det också möjligt. Om en återförsäljare

⁹¹ Artikel 3(1), stycke 1, 3 och 17 i ingressen till förordning 1400/2002. Se även *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*, s. 61.

⁹² Artikel 5(1)(b) och stycke 28 i ingressen till förordning 1400/2002.

⁹³ Artikel 5(3) och stycke 29 i ingressen till förordning 1400/2002.

drabbas av uppsägning finns även verkstadsverksamheten kvar som en livlina förutsatt att han fortfarande uppfyller de kvalitativa kraven som leverantören ställer på sina auktoriserade reparatörer.⁹⁴

4.7.3 Förbättrade konkurrensvillkor för oberoende reparatörer

Oberoende reparatörer fyller en viktig funktion på marknaden. Statistik visar att under tiden som garantin löper så har de auktoriserade verkstäderna en marknadsandel på 80 %. För bilar som är mer än fyra år gamla har andelen sjunkit till 50 %.⁹⁵ Då de auktoriserade verkstäderna har stora marknadsandelar (speciellt under garantitiden) är det viktigt att de oberoende reparatörerna kan konkurrera på rättvisa villkor. En viktig reglering i förordning 1400/2002 är att leverantören är skyldig att se till att de oberoende reparatörerna har tillgång till all teknisk information, utbildning, felsökningsutrustning och annan utrustning, verktyg och programvara som är nödvändig för underhåll och reparation. De aktörer som kan tänkas behöva tillgång till teknisk information m.m. innefattar bl.a. oberoende reparatörer, utgivare av teknisk information, operatörer som ger vägassistans och tillverkare av utrustning eller verktyg. Leverantören måste ge tillgång till teknisk information m.m. på samma villkor till oberoende respektive auktoriserade reparatörer. Oberoende reparatörer ska t.ex. inte behöva betala ett högre pris. Vidare ska det ske utan onödigt dröjsmål och på ett proportionellt sätt. Leverantören måste alltså ge oberoende reparatörer tillgång till information om nya fordon samtidigt som de auktoriserade reparatörerna får tillgång till denna. Leverantören måste beakta den oberoende reparatörens behov av upplysningar för arbetet som ska utföras. Det är med andra ord inte tillåtet för leverantören att ta ut ett så högt pris så att det indirekt hindrar den oberoende leverantören från att köpa informationen. En oberoende reparatör ska inte tvingas att köpa ett stort informationspaket när han egentligen bara behöver upplysningar om exempelvis en bilmodell.⁹⁶

Vid utarbetandet av det nya gruppundantaget såg kommissionen en fara i att biltillverkarna med hjälp av immaterialrättsligt skydd skulle förhindra oberoende reparatörer att få tillgång till teknisk information.⁹⁷ För att hindra att detta inträffar måste immateriella rättigheter utövas på ett sätt som gör att varje form av missbruk kan undvikas och tillgång till information får inte vägras på ett otillåtet sätt. En leverantör som agerar i strid med detta riskerar att hans agerande bedöms som missbruk av dominerande ställning i strid med artikel 82 EG.⁹⁸

⁹⁴ Intervju med Sven Norberg.

⁹⁵ Andersens utredning, bilaga 7, s. 252.

⁹⁶ Artikel 4(2) och stycke 26 i ingressen i förordning 1400/2002 samt *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*, s. 65-67.

⁹⁷ Intervju med Sven Norberg.

⁹⁸ Artikel 4(2) tredje stycket i förordning 1400/2002 och *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*, s. 65.

Auktoriserade reparatörer som är en del av leverantörens selektiva distributionsnätverk, får inte hindras att sälja reservdelar i original eller av motsvarande kvalitet till oberoende reparatörer. Enligt artikel 4(1)(b)(i) får auktoriserade reparatörer i exklusiva distributionssystem inte förbjudas att bedriva passiv försäljning av reservdelar till oberoende reparatörer. Dessa bestämmelser syftar till att säkerställa en effektiv konkurrens mellan tillverkarens nätverk av auktoriserade reparatörer och oberoende reparatörer.⁹⁹

4.7.4 Distribution av och tillgång till reservdelar ska förbättras

Konkurrensen på marknaden för reservdelar har varit otillräcklig och det har i många fall resulterat i att konsumenterna fått betala för höga priser. Priserna på reservdelar är t.ex. 36 % högre i Sverige jämfört med i Tyskland.¹⁰⁰ Den danska rapporten identifierade bristen på konkurrens på reservdelsmarknaden och de höga priserna som ett av de största problemen i Danmark.¹⁰¹ Med stöd av det nya gruppundantaget ska konsumenterna också kunna välja vilka reservdelar som används till att reparera deras bilar. Förordning 1400/2002 skiljer på originalreservdelar och reservdelar av motsvarande kvalitet. Originalreservdelar är reservdelar av samma kvalitet som de komponenter som används vid monteringen av ett nytt fordon och som tillverkas enligt biltillverkarens specifikationer och produktionsnormer. Reservdelar av motsvarande kvalitet är reservdelar som inte tillverkas enligt biltillverkarens specifikationer men som motsvarar kvaliteten på de komponenter som använts vid monteringen av fordonen. Det betyder att reservdelar av motsvarande kvalitet håller samma eller t.o.m. högre kvalitet som originalreservdelarna, men kan exempelvis vara tillverkade i annat material. Originalreservdelar kan tillverkas av biltillverkaren men idag tillverkas endast 20 % av alla reservdelar av tillverkaren, resten tillverkas av andra leverantörer som biltillverkaren slutit avtal med.¹⁰²

Avtal enligt vilka en leverantör försöker hindra återförsäljare och auktoriserade reparatörer från att anskaffa eller använda originalreservdelar eller reservdelar av motsvarande kvalitet som levereras av en tredje part är förbjudna. En biltillverkare får inte heller begränsa en reservdelstillverkarens rätt att sälja originalreservdelar eller reservdelar av motsvarande kvalitet till auktoriserade eller oberoende reparatörer.¹⁰³

En biltillverkare kan alltså inte tvinga en auktoriserad verkstad att använda originalreservdelar. Från denna huvudregel finns dock ett undantag som är viktigt att uppmärksamma. Biltillverkarna har ofta genom kontrakt förpliktat

⁹⁹ Artikel (1)(i) i förordning 1400/2002.

¹⁰⁰ Intervju med Sven Norberg.

¹⁰¹ Konkurrencestyrelsen, *Aftaler og priser på autoområdet*, 2001. Finns tillgänglig på <http://www.ks.dk/publikationer/2001/autobranchen/autobranchen-49.htm#TofOfPage>. Hemsidan besökt den 6 november 2002.

¹⁰² Artikel 1(1)(t) och 1(1)(u) i förordning 1400/2002 samt även *Explanatory Brochure on Regulation 1400/2002*, s. 79-82.

¹⁰³ Artikel 4(1)(k), 4(1)(j) och stycke 23 i ingressen i förordning 1400/2002.

sig att stå för reparationer i samband med kostnadsfri service, återkallelse av felaktiga fordon och garanti. I dessa situationer kan auktoriserade reparatörer tvingas att använda reservdelar i original som levereras av biltillverkaren.¹⁰⁴

På originalreservdelar som tillverkas av annan än biltillverkaren men som säljs via biltillverkaren får reservdelstillverkaren sätta sin logotyp eller sitt varumärke, tillsammans med biltillverkarens logotyp. Reservdelstillverkaren kan också sälja samma reservdel märkt med logotyp direkt till auktoriserade eller oberoende reparatörer utan att produkten förlorar sin status som originalreservdel. Den sistnämnda typen av direktförsäljning till reparatörer brukar resultera i lägre priser jämfört med om samma reservdel säljs via biltillverkaren.¹⁰⁵

Sammanfattningsvis vill kommissionen förbättra marknaden för service och reparation genom att öka konkurrensen mellan auktoriserade reparatörer, mellan oberoende och auktoriserade reparatörer och mellan biltillverkaren och andra tillverkare av reservdelar. Förhoppningen är att dessa åtgärder kommer att leda till lägre priser och bättre kvalitet.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Artikel 4(1)(k) och stycke 17 i ingressen i förordning 1400/2002 samt kommissionens pressmeddelande IP/02/1073.

¹⁰⁵ Artikel 4(1)(l) och stycke 24 i ingressen till förordning 1400/2002 samt kommissionens memo/02/174.

¹⁰⁶ Memo/02/174.

5 Fördelar och nackdelar – blandade reaktioner från marknadsaktörerna

5.1 Strängare men mer flexibla regler

Representanter för biltillverkarorganisationer har kritiserat det nya gruppundantaget och menar att det inte finns anledning att ändra ett system som de anser fungerar. I slutändan kommer konsumenterna få betala för de negativa effekter som kan uppstå, enligt biltillverkarnas organisation. Samtidigt har flera individuella tillverkare signalerat att de länge förberett sig inför de ändringar som kan tänkas komma. De menar att det finns anledning för dem att se över sin distributionskedja eftersom distributionskostnaderna står för 30-40 % av den totala kostnaden för ett fordon. Reformen tvingar dem att tänka igenom distributionen och hur den ska organiseras på bästa sätt.¹⁰⁷

De ökade valmöjligheterna och den ökade flexibiliteten är positiva inslag och dessutom nödvändiga åtgärder med tanke på att konkurrensvillkoren skiljer sig ganska mycket åt i de olika medlemsstaterna. De nordiska länderna har t.ex. speciella förhållanden genom att de är glest befolkade. Ett distributionssystem som passar här i Sverige kanske inte alls är lämpligt i Centraleuropa.¹⁰⁸

Konsumentorganisationer hade velat ha ännu striktare regler och beklagar bl.a. det faktum att kommissionen inte förbjudit exklusiv distribution. En återförsäljare måste kunna expandera om han önskar, vilket en försäljare i ett exklusivt distributionssystem inte kan om han inte får tillstånd av leverantören.¹⁰⁹

5.2 Flermärkesförsäljningen

Flermärkesförsäljning är något som många framhåller som en positiv utveckling. En återförsäljare av ett märke med en mindre marknadsandel kan nu komplettera detta med ytterligare ett eller flera märken. Flermärkesförsäljningen ökar återförsäljarnas oberoende och mellanmärkeskonkurrensen. Konsumenterna kan lättare jämföra kvalitet och

¹⁰⁷ Burt, Tim, *Regulation 1475/95, set up in the 1980s to protect European car producers from the Japanese threat, is set for change*, Financial Times, 28 februari 2001 och intervju med Sven Norberg.

¹⁰⁸ Intervju med Monica Widegren.

¹⁰⁹ Pressmeddelande från BEUC, *Review Review of regulation (EC) 1475/95 – the Car Block Exemption*, Annex to Press Release PR/013/2002, 27 maj 2002.

priser om flera märken säljs under samma tak.¹¹⁰ Viss kritik från biltillverkarnas sida har grundat sig på att man befärrar att svagare märken ska åka snålskjuts på de starka märkenas image och investeringar.¹¹¹ Den motsatta uppfattningen, d.v.s. att de svaga varumärkena är förlorarna genom att en jämförelse med ett starkt varumärke skulle utfalla till de förras nackdel, har också framförts. Starka varumärken som har satsat på design har mycket att vinna enligt företrädare för detta argumentet.¹¹² Företrädare för organisationer av återförsäljare har uttalat att skillnaden kanske inte kommer att bli så stor i praktiken. Mercedes kommer antagligen kunna ha exklusiv franchising även i fortsättningen eftersom deras återförsäljare inte vill sätta båten i gungning eller nedvärdera märket genom att börja sälja ett mindre exklusivt märke i samma lokal.¹¹³

De nya generösa reglerna för flermärkesförsäljning kan också få praktisk betydelse i kombination med kravet på att uppsägning av återförsäljare ska vara motiverad. En leverantör kan inte hota att säga upp en återförsäljare som vidtar konkurrensfrämjande åtgärder som t.ex. flermärkesförsäljning.¹¹⁴

5.3 Aktiv försäljning och förbud mot lokaliseringsklausuler

Förbudet mot lokaliseringsklausuler är något som anses som positivt från flera håll. Resultatet kan bli en ny trend där vi får se en ny typ av europeisk återförsäljare (i ordets rätta bemärkelse) som etablerar sig i flera länder. Enligt analytiker borde detta öka inommarknadskonkurrensen och pressa ned priserna.¹¹⁵

Konsumentorganisationer och konkurrensmyndigheter hade gärna sett att förbudet mot lokaliseringsklausulerna skulle träda ikraft efter övergångsperioden, istället för att bli uppskjuten till 1 oktober 2005.¹¹⁶

Företrädare för återförsäljarna ser dock en nackdel med förbudet mot lokaliseringsklausuler. Enligt deras uppfattning innebär den fria etableringsrätten (för återförsäljare i ett selektivt system) att en återförsäljare kan bli utsatt för konkurrens mitt under en investerings- och

¹¹⁰ Pressmeddelande nr 20, *Låt bilköparna styra marknaden*, Konkurrensverket, 1 oktober 2002, telefonintervju med Svante Hultqvist, VD på Svenstigs Bil AB, Värnamo och Lind, Tage, *EU ändrar spelplanen för bilbranschen*, Motorbranschen 3/02, s.12.

¹¹¹ Chambers, Madeline, *Car makers face pressure from new EU selling rules*, The Birmingham Post – United Kingdom, 29 januari 2002.

¹¹² *News Analysis: Europe's Car Makers Under Threat*, Investors Chronicle – United Kingdom, 1 februari 2002.

¹¹³ Castle, Stephen, *News Analysis: EU opens way for car supermarkets and lower prices, Brussels approves a compromise deal to loosen the stranglehold of motor manufacturers*, The Independent – United Kingdom, 6 februari 2002.

¹¹⁴ Lind I, s. 12.

¹¹⁵ *News Analysis: Euro car makers under threat*, Investors Chronicle – United Kingdom, 1 februari 2002.

¹¹⁶ Intervju med Monica Widegren; pressmeddelande från BEUC, *Soon consumers will be able to benefit from a Single Market for cars*, PR/026/2002, 17 juli.

uppbyggnadsfas. Detta kan få till följd att återförsäljare blir försiktiga och inte vågar investera i en ny verksamhet.¹¹⁷

5.4 Koncentrationer bland återförsäljare och effekt på prisnivån

Negativa effekter på sysselsättningen har också varit ett kritiskt argument som framförts. Återförsäljarorganisationer menar att små och medelstora företag nu riskerar att slås ut i snabb takt.¹¹⁸ Rationaliseringsåtgärder innebär i princip alltid att en del aktörer slås ut när konkurrensen ökar. Det är en naturlig effekt av effektiviseringsåtgärder. I Tyskland finns idag en överetablering av återförsäljare, vilket får till följd att de endast säljer i genomsnitt 150-170 bilar per år. Då de inte omsätter så stora volymer blir priserna onödigt höga. I slutändan är det konsumenterna som får betala priset för överetableringen.¹¹⁹

Kommissionen menar att många biltillverkare redan har börjat rationalisera sina distributionsnätverk och att analytiker förutspår en minskning på 20-25 % av auktoriserade återförsäljare innan 2010. Den här trenden började redan under den tid som förordning 1475/95 tillämpades och väntas alltså fortsätta framöver, oavsett vilka konkurrensregler som styr motorfordonssektorn. Dessutom finns möjligheten för de återförsäljare som blir uppsagda att stanna kvar som auktoriserade reparatörer. Genom den möjligheten kan förordning 1400/2002 i alla fall delvis kompensera det minskade antalet återförsäljare.¹²⁰

Det är idag inte något problem med koncentrationer av återförsäljare utan marknaden är väldigt splittrad. Koncentrationen är högst i Frankrike där den största återförsäljaren har en marknadsdel på 2,3 %. Efter Frankrike följer Spanien och Portugal. Tyskland och Österrike är de länder där koncentrationsnivån är lägst. Det förefaller inte som om koncentrationsnivån har någon effekt på priserna. I Frankrike är prisnivån ungefär samma som det europeiska genomsnittet. Spanien och Portugal har de lägsta priserna bland de stater som börjat använda den gemensamma valutan. Däremot har Tyskland och Österrike de högsta priserna i eurozonen. Även om antalet återförsäljare skulle sjunka med så mycket som 30 % visar studier att koncentrationen skulle nå samma nivå som den som finns i Spanien och Portugal idag.¹²¹

5.5 Försäljning via stormarknader

Bland dagligvarufirmorna i Europa har brittiska Tesco och franska Carrefour sagt sig vara intresserade av möjligheten att börja sälja bilar. Innan förordning 1400/2002 antagits gjorde svenska Ica och KF försiktiga

¹¹⁷ Lind I, s. 12.

¹¹⁸ Lind, Tage, *EU-förordningen klar men tolkningen oklar*, Motorbranschen 8-9/02, s. 8.

¹¹⁹ Intervju med Sven Norberg.

¹²⁰ Memo/02/174.

¹²¹ Memo/02/174.

uttalanden om att bilförsäljning inte är aktuellt för deras del i dagsläget men att de följer frågan med stort intresse. De menar att bilförsäljning inte är uteslutet för framtiden. IKEA har uppgivit att de inte har några planer på att börja sälja bilar i anslutning till sina varuhus.¹²² I Frankrike finns exempel på en annan utveckling som vi kan tänkas få se mer av framöver. Utanför Paris öppnade hösten 2001 en stormarknad som enbart ägnar sig åt att sälja bilar. Företaget, som har det passande namnet Eldorauto, har med sina 10 500 kvadratmeter gott om plats för många olika bilmärken och är väl förberett för flermärkesförsäljning.¹²³

Återförsäljarna är nöjda med att inte behöva konkurrera med stormarknader.¹²⁴ Stormarknader och varuhus kan givetvis agera som förmedlare och det spanska varuhuset El Corte Inglés har redan börjat med denna form av verksamhet.¹²⁵

5.6 Vertikal integration – en möjlig utveckling?

En del tillverkare har varnat för att den nya förordningen kan medföra en ökad vertikal integration, d.v.s. att tillverkaren går förbi återförsäljarledet och själv säljer direkt till konsumenterna. Detta kan bli en effekt av den nya förordningen men det beror mycket på tillverkarens strategi.¹²⁶ Det finns redan idag exempel på försök med denna typ av verksamhet i olika medlemsstater. I Storbritannien har t.ex. Saab och Mercedes köpt upp återförsäljare och skapat vad de kallar "experience centres". Här köper kunden ett helt varumärkeskoncept och här tillhandahålls finansiering, service, reservdelar och andra varor under ett och samma tak. Det här kan vara någonting som passar för marknaden för lite lyxigare märken men fungerar kanske inte lika bra på den övriga marknaden.¹²⁷

Återförsäljarna förefaller ha lite olika uppfattningar om vertikal integration. En del menar att vertikal integration inte är något som vi kommer se inom den närmaste framtiden. Lokal förankring och mycket personlig kontakt med kunderna är något som är viktigt inom bilbranschen. Det kan vara svårt för tillverkaren att ta sig in på marknader, t.ex. på landsbygden där en välkänd återförsäljare kan vara svår att konkurrera med.¹²⁸ Andra menar att risken för vertikal integration är reell och att de hade önskat att

¹²² Larsson, Roger, *Konsum vill sälja bilar*, 26 januari 2002 och Hellblom, Ola, *Så ska bilpriserna pressas i EU*, 11 januari 2002.

¹²³ Abescat, s. 80.

¹²⁴ Lind II, s. 8-9.

¹²⁵ Memo, *The Commission Regulation for a new motor vehicle block exemption – Questions and Answers – Background information on press release IP/02/1073*, Memo/02/147, 17 juli 2002.

¹²⁶ Intervju med Monica Widegren.

¹²⁷ Burt, Tim och Guerrero, Francesco, *A rough ride for Europe's car makers: Price harmonisation and the liberalisation of dealer networks will put pressure on the automotive industry*.

¹²⁸ Intervjuer med Bertil Ambjörnson, VD på AMB Bilar AB, Gislaved och Svante Hultqvist.

kommissionen i gruppundantaget hade förbjudit leverantören att företa direktförsäljning.¹²⁹

5.7 Effekterna på marknaden för service och reservdelar

5.7.1 Omorganisering av länken mellan försäljning och service

Återförsäljarorganisationer är skeptiska till omorganisationen. De menar att kopplingen är fundamental och att någon som också är återförsäljare för ett varumärke har ett större intresse av att tänka på märkets anseende och goodwill vid reparationer.¹³⁰

En av de största försäljarna av begagnade Volvobilar i Sverige tycker att detta är en alldeles utmärkt utveckling. Nu har företaget möjlighet att öppna auktoriserad verkstad och kan därmed även erbjuda sina kunder service. Det är inom service och reparation som den goda lönsamheten finns och genom att tillhandahålla det kan en långsiktig relation med kunden skapas.¹³¹ Även de reparatörer som idag är oberoende men kanske nu ser sin chans att bli auktoriserade kommer troligtvis att specialisera sig på större grupper av märken och kanske inte väljer att reparera många olika märken i framtiden.¹³²

5.7.2 Ökad konkurrens på marknaden för service och försäljning av reservdelar

Den dåliga vinsten på försäljningsverksamheten kompenseras för dagens återförsäljare av de vinster som de kan göra på den lukrativa service- och reparationsverksamheten.¹³³ Med fler auktoriserade reparatörer och bättre konkurrensvillkor för oberoende reparatörer kommer konkurrensen att öka och priserna sänkas.¹³⁴

5.8 Kommer vi att få se lägre priser?

Förordningen borde kunna medverka till en utjämning av prisskillnaderna, eller kanske t.o.m. bana väg för en generell sänkning av priserna. Det finns

¹²⁹ Lind II, s. 8-9.

¹³⁰ Lind I, s. 12.

¹³¹ Björklund, Göran, *Auktorisation för verkstaden är viktigare än fri bilförsäljning*, Motorbranschen 8-9/02, s. 10-11.

¹³² Intervju med Svante Hultqvist.

¹³³ *News Analysis: Euro car makers under threat*, Investors Chronicle – United Kingdom, 1 februari 2002; Burt, Tim och Guerrero, Francesco, *A rough ride for Europe's car makers: Price harmonisation and the liberalisation of dealer networks will put pressure on the automotive industry*.

¹³⁴ Pressmeddelande, *Ett alldeles utmärkt förslag för bilköparna*, Motormännens Riksförbund, 7 februari 2002.

dock många som menar att de prissänkningar som kommissionen förutspår inte kommer att kunna förverkligas. Marginalerna vid försäljning av nya bilar är små och det finns helt enkelt inte utrymme för ytterligare prissänkningar.¹³⁵

Det finns även spekulationer som innebär att inom marknaden för lyxbilar kommer konsumentens pris inte att sjunka. Priser innan skatt kan t.o.m. regleras uppåt i vissa av de till EMU anslutna länderna för att göra det mindre attraktivt för återförsäljare att konkurrera ut rivaler genom att anskaffa billigare bilar i annan medlemsstat. Exempel på detta är att Land Rover väljer att öka priser innan skatt med upp till 30 % i vissa länder. BMW har valt att ha ett enhetligt pris i euro för sin nya 7-serie.¹³⁶

Biltillverkarna har varnat för prishöjningar i vissa länder med höga skatter, som t.ex. Danmark. Eftersom Danmark har höga skatter så har tillverkarna medvetet satt ett lågt pris på bilarna. En utjämning kan höja priset före skatt och medföra en prishöjning för konsumenten.¹³⁷

En prisutjämning medför att tillverkare, återförsäljare och reparatörer måste använda andra konkurrensmedel än priset. Kundens behov ska stå i centrum och det gäller för marknadsaktörerna att satsa på kvalitet samt att vara lyhörda och flexibla.¹³⁸

¹³⁵ *News Analysis: Euro car makers under threat*, Investors Chronicle – United Kingdom, 1 februari 2002; intervjuer med Svante Hultqvist och Bertil Ambjörnson,; Castle, Stephen, *News Analysis: EU opens way for car supermarkets and lower prices. Brussels approves a compromise deal to loosen the stranglehold of motor manufacturers*, The Independent – United Kingdom, 6 februari 2002.

¹³⁶ Burt, Tim och Guerrera, Francesco, *A rough ride for Europe's car makers: Price harmonisation and the liberalisation of dealer networks will put pressure on the automotive industry*, Financial Times, 6 februari 2002.

¹³⁷ Pressmeddelande från ACEA, *ACEA makes public its official opinion to the EU Commission on the Block Exemption proposal*, 16/04/2002.

¹³⁸ Intervju med Svante Hultqvist.

6 Analys och slutsatser

Motorfordonssektorn har i snart 20 år haft särskilda regler p.g.a. branschens speciella karaktär och den betydelse som motorfordonens säkerhet och tillförlitlighet har för konsumenterna. Det har kunnat konstateras att motorfordonssektorn i stor utsträckning präglats av konkurrensproblem. Den ramlagstiftning som fram till den 30 september 2002 har styrt bilbranschen har visat sig vara den primära orsaken till att konkurrensen inte fungerat. Kommissionen har genom sin erfarenhet (bl.a. de beslut där några av Europas stora biltillverkare gjort sig skyldiga till allvarliga konkurrensbegränsningar) kunnat identifiera vissa områden där förändring är nödvändigt för att förbättra konkurrensen och skapa en gemensam marknad.

Konsumenterna är alltid den grupp som i slutändan får lida för otillräcklig konkurrens. Det har inom motorfordonssektorn visat sig genom avsevärda prisskillnader mellan medlemsstaterna och genom att konsumenterna har upplevt problem i samband med gränsöverskridande handel. Återförsäljarna har varit hårt styrda av sin ekonomiskt starkare avtalspartner. De återförsäljare som önskat vidta konkurrensfrämjande åtgärder som exempelvis flermärkesförsäljning eller försäljning till konsumenterna i annat land har stoppats av biltillverkarnas marknadsuppdelning.

På en marknad som präglas av hälsosam konkurrens är det konsumenterna som styr. Kommissionen har därför enligt egen utsago haft de europeiska konsumenternas bästa för ögonen när de utarbetat det nya gruppundantaget. Förordning 1400/2002 är också mycket riktigt en konsumentvänlig reform och konsumenterna är i många avseenden vinnarna.

Generösare regler för flermärkesförsäljning är en förändring som är mycket positiv. Det har tidigare varit förknippat med höga kostnader och nu kommer återförsäljaren verkligen ha möjlighet att sälja flera olika varumärken. För återförsäljaren innebär detta att han kan välja att ta upp ett nytt märke som kompletterar de han redan har och därmed öka sin konkurrenskraft och kanske även lönsamhet. Konsumenterna får ett bättre urval på en och samma plats. Det underlättar jämförelser av priser, modeller och kvalitet. Som en följd av bättre möjligheter för flermärkesförsäljning borde mellanmärkeskonkurrensen öka. När kunden får bättre möjligheter att jämföra olika märken kommer tillverkarna förhoppningsvis att satsa på kvalitet och på att försöka möta kundens behov.

Kombinationen av selektiva och exklusiva distributionssystem måste anses vara en bidragande orsak till att vi inte har sett så många varianter av distributionssystem. Kreativiteten har hämmats och marknadsaktörernas positioner har varit relativt låsta i många år. Den tekniska utvecklingen av bilar har gått framåt i rask takt men om vi ser till hur distributionen har skett så har inte mycket hänt. Det är förstaeligt att leverantören vill kontrollera

vem som säljer produkten och därigenom vårda sitt varumärke. Många av varumärkena i Europa är relativt inarbetade och tillverkarna har under många år byggt upp en varumärkesprofil. Kunderna förknippar ofta ett visst varumärke med en eller flera specifika egenskaper, som t.ex. säkerhet, körprestanda, komfort, teknik, design eller lyx. Ett bra varumärke kan vara värt mycket idag och det är något som tillverkarna bör ta väl hand om. När det gäller valet mellan olika distributionssystem tror jag att leverantörer kommer att välja kvantitativa selektiva distributionssystem. Leverantören kan då ställa kvalitativa krav samtidigt som han kan begränsa antalet återförsäljare. Det som jag tror kommer att vara avgörande för valet är att återförsäljare enbart får sälja till slutanvändare eller andra auktoriserade återförsäljare. Genom ett kvantitativt selektivt system kan leverantören ha kontroll på var hans produkt hamnar. Skulle leverantören istället välja ett exklusivt distributionssystem kan han inte kontrollera var produkten hamnar eftersom återförsäljarna är fria att sälja till s.k. gråzonsåterförsäljare. Används ett exklusivt distributionssystem riskerar leverantören att återförsäljaren säljer till en stormarknad eller renodlade Internetåterförsäljare.

Kommissionen har valt att inte tvinga leverantören att utse stormarknader eller renodlade Internetföretag som återförsäljare. Med tanke på det som ovan anförts angående vikten av att värna om och vårda sitt varumärke, anser jag att det är en rimlig lösning att låta leverantören välja om han vill ha en stormarknad som återförsäljare eller ej. Samtidigt kan man fråga sig om det verkligen skulle skada varumärket om stormarknader fick börja sälja bilar? Det kanske inte skulle passa märken som är förknippade med exklusivitet, exempelvis Mercedes eller BMW, att säljas via stormarknader. Som jag tidigare påpekat tror jag i vilket fall som helst att leverantörerna kommer att välja ett kvantitativt selektivt system för att själva kunna välja om de vill släppa in stormarknader i sina nätverk. Försäljning av bilar kräver mycket fysiskt utrymme och stormarknader kanske inte har detta. Studier visar att dessutom att konsumenterna inte är intresserade av att köpa bil på en stormarknad. Personligen tror jag inte vi kommer att köpa våra bilar hos stormarknaderna de närmsta åren. Däremot hävdar jag att det finns en marknad för stora bilhandlare där de flesta märken säljs och där man satsar på stora volymer för att pressa priserna, alltså en slags stormarknad som bara säljer bilar. Ett sådant "bilcentrum" har öppnat i Paris och jag tror vi kan få se fler växa fram.

Avseende Internet håller jag nog med kommissionen om att det skulle vara svårt att förhindra att renodlade Internetåterförsäljare åker snålskjuts på de investeringar som traditionella återförsäljare gör. Däremot är Internet utmärkt för marknadsföring och i den betydelsen har det också fått stort genomslag. Internet kan således fylla en viktig funktion som forum för marknadsföring men lämpar sig inte som ett försäljningsforum, om det inte kombineras med en försäljningslokal där kunderna kan se produkterna och provköra.

Förbudet mot s.k. lokaliseringsklausuler och den fria etableringsrätten som uppstår som en följd av att dylika bestämmelser inte accepteras tror jag kan ha en mycket gynnsam inverkan på konkurrenssituationen inom den gemensamma marknaden. Om denna etableringsrätt får genomslag så borde rimligtvis både mellanmärkes- och inommärkeskonkurrensen intensifieras. Jag instämmer dock i den kritik som framförts angående uppskjutande av förbudet. Konsumenterna kommer att få lida för förseningen, då leverantörerna antagligen kommer att försöka motarbeta återförsäljarnas fria etableringsrätt så länge som möjligt. Genom att införandet av förbudet dröjer till år 2005 får tillverkarna visserligen tid att anpassa sig och en kompromiss kanske är det enda realistiska alternativet. Förordning 1400/2002 innehåller många andra ändringar som är till fördel för konsumenterna och det här är kanske en mer balanserad lösning. Jag hade dock gärna sett att en återförsäljare som vill vara effektiv och expandera hade kunnat göra det genom att etablera ytterligare försäljnings- eller leveransställen redan från nästa år.

Som jag skrivit tidigare har det förekommit kritik mot att förordning 1400/2002 skulle kunna resultera i en ökad grad av koncentration av återförsäljare. Eftersom det nya gruppundantaget är en strävan efter effektivisering och ökad konkurrens menar jag att detta är en oundviklig utveckling. Det är bara ett tecken på att motorfordonsindustrin är på väg i samma riktning som de flesta andra branscher – d.v.s. mot en marknad som präglas av en hälsosam grad av konkurrens. Då hela branschen länge varit skyddad genom marknadsuppdelning kan det vara nödvändigt med en viss reducering av antalet återförsäljare. I exempelvis Tyskland finns det en överetablering av återförsäljare och flera tillverkare har själva påbörjat en process där antalet återförsäljare ska minskas. Om vi kommer att se en framväxt av ”bilcentrum” av den typ som jag beskrivit ovan kommer det onekligen att påskynda en ökning av koncentrationen av återförsäljare. Det är dock svårt att förutsäga i vilken utsträckning dessa ”bilcentrum” kommer att bidra till en ökad grad av koncentration. Det är inte säkert att en ökad grad av koncentration kommer inverka negativt på prisnivån. Enligt vad kommissionen har kunnat konstatera finns det inget i bilbranschen idag som tyder på ett samband mellan hög grad av koncentration och höga priser.

En ökad kommersiell självständighet för återförsäljare är en positiv effekt av förordning 1400/2002. Nu finns det goda möjligheter för den återförsäljare som är på botten och vill vara lite aktiv. Förbudet mot lokaliseringsklausuler kan bli ett mycket betydelsefullt redskap för återförsäljare som redan innan har sålt många fordon till konsumenter från annan medlemsstat och nu kan etablera sig även på marknaden i den medlemsstaten. Genom aktiva återförsäljare finns stora möjligheter till en ökad mellanmärkes- och inommärkeskonkurrens. Det är även bra att återförsäljaren genom kravet på skriftligt motiverad uppsägning numera åtnjuter ett ökat skydd mot omotiverade uppsägningar. Kravet får praktisk betydelse eftersom en återförsäljare med stöd av förordning 1400/2002 kan vara mycket mer framåt och ge sig in på nya marknader, och då kan göra det utan att bli hotad med uppsägning. Möjligheten för en återförsäljare (och även reparatör) att

överlåta sin verksamhet till en annan medlem av distributionsnätverket är också något som kan förbättra marknadsintegrationen.

De förbättrade möjligheterna för återförsäljare att expandera och operera över gränserna betyder också att det blir lättare för konsumenter att utnyttja möjligheten till gränsöverskridande handel. Parallellhandeln ska enligt kommissionen ytterligare underlättas genom att professionella förmedlare får mer spelrum genom lättnader i regelverket. Genom att kommissionen har slopat 10 % -spärren och att en förmedlare numera endast behöver visa intyg från en konsument, är det betydligt lättare för förmedlarna att bistå konsumenterna när de senare önskar köpa bil i annan medlemsstat. Eftersom konsumenterna kommer få lättare att på egen hand köpa bil i annan medlemsstat kanske inte reglerna om förmedlare kommer få så stor praktisk betydelse enligt en del kritiker. Bilköp är ett dyrt inköp för konsumenter och de kanske känner sig osäkra i den kommersiella miljön i ett annat land. Därför tror jag att förmedlarna även i fortsättningen har en viktig roll att spela. En annan sak är att det kanske inte blir lika mycket köp över gränserna i framtiden om priserna kommer att utjämnas eller i allra bästa fall kanske t.o.m. sänkas.

Ökad konkurrens brukar leda till lägre priser och nybilspriserna kan eventuellt sjunka, men frågan är med hur mycket? Eftersom marginalerna i branschen är mycket små kanske skillnaden endast blir marginell. Tillverkarnas distributionskostnader uppgår till 30-40 % och om de kan sänkas genom nya distributionsmetoder kanske det kan resultera i prissänkningar som slutligen kommer konsumenterna till godo. Annars kanske det inte finns utrymme för prissänkningar av försäljningspriset för nya fordon, utan det kanske snarare blir fråga om utjämning av priserna. Vad kommer då att bli viktigt som konkurrensmedel om priserna utjämnas i framtiden? Tillverkare, återförsäljare och reparatörer måste satsa på mycket hög kvalitet, vara lyhörda för konsumenternas behov och villiga att anpassa sig till dessa. Nyckeln till framgång ligger också delvis i att kunna värna om kunderna och behålla en form av relation med dem under en längre period av bilens livstid.

På eftermarknaden kommer förordningen däremot att få märkbara effekter ganska omgående. Genom att länken mellan försäljning och service omorganiserar skapas nya möjligheter. Marknadsaktören kan koncentrera sig på det han är bäst på och det genererar effektivitetsvinster. Antalet auktoriserade reparatörer kommer antagligen att öka vilket gör att konkurrensen hårdnar. Eftersom leverantören inte får inkludera en lokaliseringssklausul för auktoriserade reparatörer är det fullt möjligt för dem att öppna ytterligare verkstäder. I många större städer är väntetiderna långa på de auktoriserade verkstäderna (i Stockholm handlar det om tre till fem veckor¹³⁹) och då finns det helt klart gyllene affärstillfällen för den som vill öppna verkstad där. De oberoende verkstäderna kommer att få ökad tillgång till teknisk information, verktyg, utbildning och utrustning, vilket gör att de

¹³⁹ Enligt uppgift vid intervjuer.

nu kan konkurrera på bättre villkor. Det är min uppfattning att vi kommer få se en ökad konkurrens på eftermarknaden och också lägre priser. På eftermarknaden finns det enligt i princip samtliga experter utrymme för prissänkningar.

De varningar som biltillverkarna utfärdat angående vertikal integration kan möjligtvis förverkligas. Enligt min mening vill biltillverkare antagligen inte vara återförsäljare men de kanske känner sig tvingade om konkurrensen hårdnar. De s.k. experience centres som jag beskrivit ovan i avsnitt 5.6 skulle kunna vara ett koncept som fungerar i storstäder men jag tror att många återförsäljare på landsbygden har en relativt stark lokal förankring och för deras kunder är den personliga kontakten med någon de känner igen viktig. Vertikal integration kan inte uteslutas och det återstår att se om och i vilken utsträckning biltillverkarna själva vill sälja direkt till konsumenten.

Kommissionen har genom sin befogenhet att anta gruppundantag en viktig roll för att kunna dirigera utvecklingen i en viss riktning. Förordning 1400/2002 är en viktig lagstiftning som antagligen inte skulle ha varit lika strikt om den hade antagits på det nationella planet. Europas biltillverkare är viktiga aktörer i näringslivet i sina respektive hemländer och i många fall misstänker jag att de har väldigt stort inflytande vid utformandet av ny lagstiftning. En riksdag eller ett parlament har antagligen svårt för att bortse från den inhemska bilindustrins krav. Kommissionen har bättre förutsättningar för att verkligen kunna bortse från påtryckningar från industrin och för att göra objektiva bedömningar.

Sammanfattningsvis anser jag att kommissionen lyckats mycket bra med förordning 1400/2002 - reglerna är ett stort steg i rätt riktning och balanspunkten mellan marknadsaktörerna har definitivt förflyttats närmare mitten på skalan. Det vore dock fel att kalla förordning 1400/2002 för en revolution. Det är snarare korrekt att se det som evolution. Genom praxis har vi kunnat se åt vilket håll utvecklingen varit på väg och många av de förändringar som kommissionen har gjort har varit väntade. I mångt och mycket är reglerna också en respons på de konsumtionsmönster som konsumenterna följt de senaste åren. Effekterna kommer troligtvis inte att kunna märkas omedelbart utan det tar en viss tid innan de kan urskönjas. Enligt uppgift från Sven Norberg bör vi kunna notera effekter redan innan år 2005. Effekterna på eftermarknaden kommer att kunna märkas först. Det är faktiskt upp till marknadsaktörerna att bestämma vilka effekter förordning 1400/2002 ska få, det blir helt enkelt vad de gör det till. Gruppundantaget är en ramlagstiftning som lämnar många valmöjligheter för marknadsaktörerna. Efter kommissionens antagande av förordning 1400/2002 saknas i alla fall inte incitament eller redskap för de som är alerta och vill bli mer konkurrenskraftiga och öka sin effektivitet.

Käll- och litteraturförteckning

Offentligt tryck

Gemenskapsrättslig lagstiftning

Kommissionens förordningar

Kommissionens förordning (EEG) nr 123/85 av den 12 december 1984 om tillämpning av fördragets artikel 85.3 på vissa grupper försäljnings- och serviceavtal för motorfordon, EGT L 15, 18.01.1985, s.16.

Kommissionens förordning (EG) nr 1475/95 av den 28 juni 1995 om tillämpning av fördragets artikel 85.3 på vissa grupper försäljnings- och serviceavtal för motorfordon, EGT L 145, 29.06.1995, s. 25.

Kommissionens förordning (EG) nr 2790/1999 av den 22 december 1999 om tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden, EGT L 336, 29.12.1999, s. 21.

Kommissionens förordning (EG) nr 1400/2002 av den 31 juli 2002 om tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden inom motorfordonssektorn, EGT L 203, 01.08.2002, s. 30.

Meddelanden och tillkännagivanden

Explanatory brochure on the Commission Regulation (EC) No 1475/95 of 28 June 1995 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of motor vehicle distribution and servicing agreements. Tillgänglig på Generaldirektoratet för konkurrens hemsida för bilsektorn.

Explanatory Brochure on the Commission Regulation (EC) No 1400/2002 of 31 July 2002 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices in the motor vehicle sector. Tillgänglig på Generaldirektoratet för konkurrens hemsida för bilsektorn.

Förklaring till utkastet till kommissionens förordning (EG) nr .../... av den [...] om tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden inom bilindustrin, EGT C 67, 16.03.2002, s. 14.

Report on the evaluation of Regulation (EC) No 1475/95 on the application of Article 85(3) of the Treaty to certain categories of motor vehicle distribution and servicing agreements, COM (2000)743, 15 November 2000.

- stranglehold of motor manufacturers*, The Independent – United Kingdom, 6 februari 2002. Tillgänglig på <http://globalarchive.ft.com>. Hemsidan besökt den 26 februari 2002.
- Chambers, Madeline *Car makers face pressure from new EU selling rules*, The Birmingham Post – United Kingdom, 29 januari 2002. Tillgänglig på <http://globalarchive.ft.com>. Hemsidan besökt den 26 februari 2002.
- Competition policy and the car industry, MEPs vote for delay*, The Week, 29-30 maj 2002, s. 10-12.
- Hellblom, Ola *Så ska bilpriserna pressas i EU*, Dagens industri, 11 januari 2002. Tillgänglig på <http://di.se>. Hemsidan besökt den 19 februari 2002.
- Larsson, Roger *Konsum vill sälja bilar*, Dagens industri, 26 januari 2002. Tillgänglig på <http://di.se>. Hemsidan besökt 19 februari 2002.
- Lind, Tage *EU ändrar spelplanen för bilbranschen*, Motorbranschen 3/02, s. 12. (Citerad som Lind I).
- Lind, Tage *EU-förordningen klar men tolkningen oklar*, Motorbranschen 8-9/02, s. 8-9. (Citerad som Lind II).
- Lindvall, Per *Bilia rullar stadigt. Koncernen tar igen på gungorna det den förlorat på karusellen*, FinansTidningen, 16 januari 2002. Tillgänglig på www.finanstidningen.se. Hemsidan besökt den 19 februari 2002.
- Middleton, Kirsty *The Legal Framework for Motor Vehicle Distribution – A New Model*, ECLR 2001, 22(1), s. 3-8.
- News Analysis: Euro car makers under threat*, Investors Chronicle – United Kingdom, 1 februari 2002. Tillgänglig på <http://globalarchive.ft.com>. Hemsidan besökt den 26 februari 2002.

Studier tillgängliga på Generaldirektoratet för konkurrens hemsida för motorfordonssektorn

Quantitative Study on the Demand for New Cars to Define the Relevant Market in the Passenger Car Sector, Frank Verboven, K.U. Leuven and C.E.P.R., September 2002.

Study on the impact of possible future legislative scenarios for motor vehicle distribution on all parties concerned, Andersen, December 2001. (Citerad som Andersens utredning).

Customer Preferences for existing and potential Sales and Servicing Alternatives in Automotive Distribution, Dr. Lademann & Partner, December 2001. (Citerad som Lademanns utredning).

The Natural Link between Sales and Service. An investigation for the Competition Directorate-General of the European Commission, Autopolis, November 2000. (Citerad som Autopolis utredning).

Car price differentials in the European Union: An economic analysis, Hans Degryse and Frank Verboven, K.U. Leuven and C.E.P.R., November 2000.

Pressmeddelanden och yttranden

Generaldirektoratet för konkurrens (samtliga tillgängliga på hemsidan för motorfordonssektorn)

IP/02/196, *Putting the consumer in the driver's seat – the Commission proposes a bold reform of car sales rules*, 5 februari 2002.

IP/02/1073, *Commission adopts comprehensive reform of competition rules for car sales and servicing*, 17 juli 2002.

IP/02/1109, *Car prices in the European Union: still substantial price differences, especially in the mass market segments*, 22 juli 2002.

Public hearing of 13-14 February 2001 on motor vehicle distribution – Speaking notes and presentation slides.

Memo/ 02/174, *The Commission Regulation for a new motor vehicle Block Exemption – Questions and Answers – Background information on press release IP/02/1073*, 17 juli 2002.

BEUC

Review of regulation (EC) 1475/95 – the Car Block Exemption, Annex to Press Release PR/013/2002, 27 maj 2002. Tillgänglig på <http://212.3.246.142/4/NPDHLENCPCAFKEBPJOKCDNIPPDBY9DB6E>

N9DW3571KM/BEUC/docs/DLS/2002-00366-01-E.pdf. Hemsidan besökt 16 november 2002.

Draft Commission Regulation (EC) on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices in the motor vehicle industry - final BEUC reaction, BEUC/X/017/2002, 17 april 2002. Tillgänglig på <http://212.3.246.142/6/NPDHLENCPCAFKEBPJOKCDNIPPDBY9DBDEG9DW3571KM/BEUC/docs/DLS/2002-00069-01-E.pdf>. Hemsidan besökt den 16 november 2002.

Soon consumers will be able to benefit from a Single Market in cars, PR 26/2002, 17 juli 2002. Tillgänglig på

<http://212.3.246.142/1/NPDHLENCPCAFKEBPJOKCDNIPPDBY9DB3719DW3571KM/BEUC/docs/DLS/2002-00795-01-E.pdf>. Hemsidan besökt den 16 november 2002.

Övriga

Pressmeddelande nr 20, *Låt bilköparna styra marknaden*, Konkurrensverket, 1 oktober 2002. Tillgängligt på http://www.kkv.se/emaindoc/pre_2002/prm_20-2002.htm. Hemsidan besökt den 4 oktober 2002.

Pressmeddelande, *Ett alldeles utmärkt förslag för bilköparna*, Motormännens Riksförbund, 7 februari 2002. Tillgängligt på http://www.motormannen.se/default.asp?visa=x_news&nid=132. Hemsidan besökt den 20 februari 2002.

Pressmeddelande från ACEA, *ACEA makes public its official opinion to the EU Commission on the Block Exemption proposal*, 16 april 2002. Tillgängligt på <http://www.acea.be/ACEA/20020416PressRelease2.pdf>. Hemsidan besökt den 16 november 2002.

Intervjuer

- | | |
|--------------------|---|
| Ambjörnson, Bertil | VD på AMB Bilar AB i Gislaved, personlig intervju utförd den 8 november 2002. |
| Hultqvist, Svante | VD på Svenstigs Bil AB i Värnamo, telefonintervju utförd den 8 november 2002. |
| Norberg, Sven | Direktör på Genraldirektoratet för konkurrens, telefonintervju utförd den 13 november 2002. |
| Widegren, Monica | Chef för Internationella sekretariatet, Konkurrensverket och medlem av Rådgivande |

kommittén för kartell- och monopolfrågor,
telefonintervju utförd den 13 november 2002.

Hemsidor

Generaldirektoratet för konkurrens hemsida för bilsektorn:

www.europa.eu.int/comm/competition/car_sector.

BEUC: www.beuc.org.

ACEA: www.acea.be.

Övrigt

The Competition Commission report, *New Cars: A report on the supply of new cars within the U.K.*, Cm. 4660, the Secretary of State for Trade and Industry, April 2000. Finns tillgänglig på www.competition-commission.org.uk/reports/439cars.htm#summary. Hemsidan besökt den 7 oktober 2002.

Konkurrencestyrelsen, *Aftaler og priser på autoområdet*, 2001. Finns tillgänglig på hemsidan

www.ks.dk/publikationer/2001/autobranschen/autobranschen-49.htm#TopOfPage. Hemsidan besökt den 6 november 2002.

Rättsfallsförteckning

Domslut från Förstainstansrätten

Förenade målen 56 och 58/64 *Établissements Consten S.A. R.L. och Grundig-Verkaufs-GmbH mot kommissionen (Consten och Grundig mot Kommissionen)* [1966] ECR 299.

Mål T-9/92 *Automobiles Peugeot SA och Peugeot SA mot kommissionen (Ecosystem-fallet)*, [1993] ECR II-493.

Mål T-62/98 *Volkswagen mot kommissionen*, [2000] ECR II-02707.

Beslut från kommissionen

Kommissionens beslut av den 13 december 1974 -*Bayerische Motoren Werke AG*, EGT L 29, 03.02.1975, s. 1.

Kommissionens beslut av den 28 januari 1998 – *Volkswagen AG*, EGT L 124, 25.04.1998, s. 60.

Kommissionens beslut av den 20 september 2000 – *Opel Nederland B. V. och General Motors Nederland B.V.*, EGT L 59, 28.02.2001, s. 1.

Kommissionens beslut av den 29 juni 2001 – *Volkswagen AG*, EGT L 262, 02.10.2001, s. 14.

Kommissionens beslut av den 10 oktober 2001 – *DaimlerChrysler AG*, EGT L 257, 25.09.2002, s.1.