

Nya konkurrensregler för bilbranschen

GRUPPUNDANTAGET
1 JUNI 2010-31 MAJ 2013



INNEHÅLL

NYA KONKURRENSREGLER FÖR BILBRANSCHEN

1	Nya regler från 1 juni 2010 och juni 2013	3
2	Hur påverkar detta den svenska bilbranschen?	3
3	Vad bör bilhandlare och märkesverkstäder tänka på då nya avtal ingås?	3
4	Översikt över konkurrensreglerna	4
5	Regler som gäller för bilbranschen	5
6	ACEA:s riktlinjer för utformning av distributionsavtal	5
7	Vad säger det vertikala gruppundantaget om försäljning av nya bilar?	6
	A. Inte nödvändigt att ändra befintliga avtal	6
	B. Distributionssystem	6
	C. Både selektiv distribution och exklusiva geografiska områden tillåts	6
	D. Varaktighet och uppsägning	7
	E. Flermärkesförsäljning	7
	F. Säljmål	7
	G. Ytterligare leverans- och försäljningsställen	7
	H. Internetförsäljning	8
	I. Överlåtelse av avtal/återförsäljarverksamhet	8
	J. Priser	8
	K. Marknads- och kunduppdelning	8
8	A. Vad säger konkurrensreglerna om eftermarknaden?	9
	B. Inget gruppundantag för auktoriserade märkesverkstäder	9
	C. Auktoriserade märkesverkstäder	9
	D. Fristående verkstäder	9
9	Var kan man få råd och vägledning?	9

1. NYA REGLER FRÅN 1 JUNI 2010 OCH JUNI 2013

Den 31 maj 2010 upphörde gruppundantaget för motorfordonssektorn, EU-kommissionens förordning 1400/2002 ("det gamla gruppundantaget"). Förordningen ersattes med ett nytt regelverk som gäller fram till den 31 maj 2023.

Detta skedde efter långvarig utvärdering och en process där EU-kommissionen kom fram till att det finns en effektiv och stark konkurrens på primärmarknaden för försäljning av nya bilar, medan det på eftermarknaden fortfarande finns anledning till oro för konkurrensförhållandena. Försäljning av nya bilar kommer därför att omfattas av det generella vertikala gruppundantaget, EU-kommissionens förordning 330/2010 ("det vertikala gruppundantaget") från och med 1 juni 2013. Fram till dess gäller det gamla gruppundantaget.

För bilbranschens eftermarknad fastställdes ett nytt gruppundantag, EU-kommissionens förordning 461/2010 ("minigruppundantaget") för att säkerställa att fristående verkstäder kan få tillgång till teknisk information, reservdelar och specialverktyg. Minigruppundantaget trädde i kraft den 1 juni 2010.

2. HUR PÅVERKAR DETTA DEN SVENSKA BILBRANSCHEN?

Sammanfattningsvis innebär ändringarna att reglerna för försäljning av nya bilar kommer att följa det vertikala gruppundantaget som även gäller för alla andra branscher, medan eftermarknaden får en egen specialförordning, minigruppundantaget, som blir ett tillägg till det vertikala gruppundantaget.

De nya reglerna fokuserar på tillgången till teknisk information, reservdelar och specialverktyg, men ger på övriga områden biltillverkarna större frihet att utforma sina återförsäljar- och verkstadsavtal med hänsyn till konkurrensreglerna. Ändringarna ger bland annat biltillverkarna möjlighet att avtala om försäljning av endast ett märke (märkesexklusivitet), förbud mot ytterligare leverans- och försäljningsställen, förbud mot överlåtelse av återförsäljarverksamheten – även till andra auktoriserade återförsäljare – samt att inte längre behöva motivera uppsägningar av avtal.

Avtalen för auktoriserade märkesverkstäder omfattas inte av något gruppundantag utan regleras av de allmänna förbudsreglerna i konkurrenslagstiftningen. Detta beror på att eftermarknaden är märkes-specifik, vilket innebär att biltillverkarnas marknadsandelar kommer att ligga långt över 30 %. Användningen av gruppundantaget förutsätter att biltillverkarnas marknadsandel inte överstiger 30 %.

De nya reglerna kommer inte att förenkla för bilbranschen. Konkurrensreglerna innehåller färre bestämmelser som värnar om återförsäljarnas intressen, och biltillverkarna kommer antagligen att utforma sina distributionsavtal och nätverk med större variation än tidigare. Därför blir det nu ännu viktigare att återförsäljarna är väl förberedda vid förhandlingar om nya standardavtal.

3. VAD BÖR BILHANDLARE OCH MÄRKESVERKSTÄDER TÄNKA PÅ DÅ NYA AVTAL INGÅS?

Vid förhandling av nya avtal bör återförsäljare och märkesverkstäder vara medvetna om att gruppundantaget numera inte innehåller så många bestämmelser som skyddar återförsäljaren. De ändringar som eventuellt görs i standardavtal efter den 1 juni 2013 kommer att göras för att biltillverkarna vill optimera sina avtal, inte för att de nya reglerna för gruppundantag kräver detta. Det faktum att biltillverkarna får större frihet att utforma sina distributionsavtal i förhållande till konkurrensreglerna innebär inte att återförsäljarna måste godta avtalsklausuler som inte är förenliga med de egna kommersiella intressena.

Det är naturligt att varje enskild återförsäljare samt återförsäljarföreningarna tillvaratar sina kommersiella intressen vid förhandling av nya standardavtal.

Det första man bör klargöra är vilken typ av distributionssystem biltillverkaren vill upprätta. Detta är viktigt både för hur standardavtalen ska bedömas i förhållande till konkurrensreglerna och för bilförsäljarens möjlighet att fortsätta som verkstad efter att bilförsäljningsavtalet har sagts upp. Olika märken och återförsäljare kan ha särskilda intressen som bör tillvaratas.

Vi rekommenderar ändå att man som återförsäljare särskilt tänker på följande:

- Kommer det att vara möjligt att fortsätta sälja och serva fler än ett bilmärke?
- Hur lång giltighetstid och uppsägningstid har avtalet?
- Måste biltillverkaren motivera en eventuell uppsägning av avtalet?
- Vilka förhållanden definieras som väsentliga kontraktsbrott (vilket kan leda till att avtalet upphävs)?
- Har återförsäljaren rätt att överlåta avtalet eller verksamheten till en tredje part?
- Hur fastställs säljmålen – i avtalet eller ensidigt av biltillverkaren?
- Är försäljningsområdet exklusivt eller kan man förvänta sig konkurrens från andra auktoriserade återförsäljare (selektiv distribution)?
- Är biltillverkarens kvalitativa minimistandard rimlig i förhållande till den troliga säljvolymen, och hur ändras den?
- Finns bilagor till avtalet bifogade till utkastet och kan de ändras av biltillverkaren?

4. ÖVERSIKT ÖVER KONKURRENSREGLERNA

I EU-traktatets paragraf 101 förbjuds avtal vars syfte eller verkan är att begränsa konkurrensen. Detta kan vara avtal både mellan aktörer i samma omsättningsled (konkurrenter) och mellan aktörer som verkar i olika omsättningsled, t.ex. en importör och en återförsäljare.

Exempel på olagliga avtal kan vara prissamarbeten, produktionskvoter, marknadsuppdelning och kopplingsförbehåll. Även vertikala distributionsavtal som återförsäljar- eller verkstadsavtal kan vara olagliga, särskilt om de bidrar till att utestänga konkurrerande bilmärken från en marknad eller förhindrar parallellimport.

Även om ett avtal i grunden begränsar konkurrensen kan det vara lagligt om det bidrar till kostnadsbesparingar eller kvalitetsvinster för samhället.

Gruppundantagen innehåller detaljerade regler för vilka avtalstyper som ska anses ge sådana effektiviseringsvinster.

Historiskt har det funnits många branschspecifika gruppundantag, men utvecklingen går mer och mer mot generella regler. Inom distribution av varor och tjänster har det sedan 2002 funnits ett gruppundantag för bilbranschen och ett vertikalt gruppundantag för alla andra branscher.

5. REGLER SOM GÄLLER FÖR BILBRANSCHEN

Utöver de generella förbudsreglerna i konkurrenslagstiftningen gäller följande regler och riktlinjer från den 1 juni 2010:

Försäljning av nya bilar:

- Det gamla gruppundantaget för bilbranschen (1400/2002)
- Kommissionens guide till 1400/2002
- Kommissionens "Vanliga frågor och svar"

Eftermarknaden:

- Det vertikala gruppundantaget (330/2010)
- Kommissionens riktlinjer för vertikala begränsningar
- Minigruppundantaget (461/2010)
- Kommissionens riktlinjer för vertikala begränsningar i återförsäljar-, verkstads- och reservdelsavtal
- Kommissionens "Vanliga frågor och svar"

Båda marknaderna:

- Kommissionens meddelande om avgränsning av relevant marknad
- Kommissionens bagatellmeddelande om avtal av mindre betydelse

Efter den 1 juni 2013 upphör det gamla gruppundantaget och det vertikala gruppundantaget gäller även för försäljning av nya bilar. För eftermarknaden blir det inga ytterligare förändringar. För försäljning av nya bilar gäller följande regler och riktlinjer:

- Det vertikala gruppundantaget (330/2010)
- Kommissionens riktlinjer för vertikala begränsningar
- Kommissionens riktlinjer för vertikala begränsningar i återförsäljar-, verkstads- och reservdelsavtal
- Kommissionens "Vanliga frågor och svar"

De nya konkurrensreglerna har inte gjort ramvillkoren för bilbranschen enklare. Tvärtom finns det nu flera regeluppsättningar och vägledningar att förhålla sig till.

Eftermarknadsavtalen har dessutom blivit utkörda ur den trygga och förutsägbara hamn som ett gruppundantag innebär. Detta gör det svårare för både biltillverkare och distributörer att orientera sig. Det gör heller inte saken enklare att regelverket är skrivet på ett svårtillgängligt sätt.

6. ACEAs RIKTLINJER FÖR UTFORMNING AV DISTRIBUTIONSAVTAL

Vid bedömning av nya standardavtal är det inte bara konkurrensreglerna som är relevanta. Då det gamla gruppundantaget reviderades togs vissa bestämmelser i paragraf 3 som skyddade återförsäljare bort. Det gällde kravet att återförsäljare skulle ha rätt att överlåta sitt avtal eller sin verksamhet till en annan auktoriserad återförsäljare, bestämmelser om en minsta uppsägningstid på två eller ett år, samt kravet att biltillverkare måste motivera en uppsägning av ett återförsäljaravtal.

EU-kommissionen har uppmanat biltillverkarna att ta fram riktlinjer i form av en uppförandekod. Tanken är att dessa riktlinjer ska fånga upp de bestämmelser i det gamla gruppundantaget som togs bort och som syftade till att säkra återförsäljarnas oberoende.

Biltillverkarnas intresseorganisation, ACEA, har därför utarbetat riktlinjer, en så kallad "code of good practice", som fastslår följande:

- Parterna i ett distributionsavtal ska ha rätt att hänskjuta tvister till en oberoende expert eller skiljedomare.
- Om avtalet är uppsägbart ska den normala uppsägningstiden vara två år. Om biltillverkaren säger upp avtalet på grund av att hela eller delar av säljnätverket behöver omorganiseras ska uppsägningstiden vara ett år.

Bestämmelser om rätten att överlåta avtal till tredje part eller kravet på att motivera avtalsuppsägningar finns inte med i ACEA:s riktlinjer. Alla biltillverkare är inte med i ACEA, t.ex. inte de flesta asiatiska märkena och enstaka andra märken.

7. VAD SÄGER DET VERTIKALA GRUPPUNDANTAGET OM FÖRSÄLJNING AV NYA BILAR?

A. Inte nödvändigt att ändra befintliga avtal

Från och med den 1 juni 2013 lyder försäljningen av nya bilar under det vertikala gruppundantaget. Det vertikala gruppundantaget har inga bestämmelser som speciellt reglerar bilbranschen. Detta innebär att biltillverkarna får större frihet att utforma sina återförsäljaravtal som de vill.

Med hänsyn till konkurrensreglerna behöver inte biltillverkarna ändra sina befintliga avtal så länge de stämmer överens med det gamla gruppundantaget för bilbranschen. De som väljer att ändra sina avtal gör det alltså för att de vill optimera avtalen av affärsmässiga skäl.

B. Distributionssystem

Det gamla gruppundantaget skiljde mellan kvantitativ selektiv distribution och kvalitativ selektiv distribution. I praktiken användes kvantitativ distribution oftast för försäljning av nya bilar medan kvalitativ distribution användes för eftermarknaden. Det vertikala gruppundantaget skiljer inte mellan de två formerna av selektiv distribution.

För auktoriserade märkesverkstäder som faller utanför gruppundantaget skiljer EU:s konkurrensrätt mellan dessa två distributionsformer. Kvalitativ distribution bedöms hårdare än kvantitativ distribution. Därför är det viktigt att få reda på vilken typ av distributionssystem biltillverkaren har valt för att kunna bedöma avtalet med hänsyn till konkurrensreglerna samt exempelvis avgöra återförsäljarens möjlighet att fortsätta som verkstad när bilförsäljningsavtalet upphör.

C. Både selektiv distribution och exklusiva geografiska områden

Det vertikala gruppundantaget tillåter även fortsättningsvis selektiv distribution och användningen av kvalitativa standarder. Kombinationen av selektiv distribution och ensamrätt, alltså att återförsäljaren tilldelas ett exklusivt geografiskt område, tillåts endast om återförsäljarna aktivt kan sälja bilar utanför sina egna geografiska områden.

D. Varaktighet och uppsägning

Det vertikala gruppundantaget har inga regler om hur länge ett avtal ska gälla, men om avtalet innehåller konkurrensklausuler kan det i praktiken inte gälla längre än fem år, se närmare i punkt E nedan.

Det vertikala gruppundantaget har inga regler om kortaste uppsägningstid. ACEA:s "Code of good practice" uppmanar medlemmarna att hålla sig till de tider som angavs i det gamla gruppundantaget, dvs. två års normal uppsägningstid och ett år om det är nödvändigt att omorganisera hela eller en betydande del av säljnätverket.

EU-domstolen slog 2006 fast att ett nytt gruppundantag i sig självt inte utgör en grund för att säga upp avtal med ett års varsel.

E. Flermärkesförsäljning

Enligt det gamla gruppundantaget kunde biltillverkarna endast ålägga en återförsäljare att köpa upp till 30 % av sitt behov från en och samma biltillverkare. Återförsäljarna kunde därmed sälja upp till tre bilmärken.

Flermärkesförsäljning blir också fullt möjlig med det nya gruppundantaget, men biltillverkarna kan även använda sig av märkesexklusivitet. Frågan om flermärkesförsäljning eller märkesexklusivitet blir alltså en förhandlingsfråga mellan importören och varje enskild återförsäljare, eller eventuellt märkesföreningen.

Om biltillverkaren kräver märkesexklusivitet eller att återförsäljaren ska köpa minst 80 % av sitt behov av avtalsvarorna från biltillverkaren faller detta in under gruppundantagets definition av "konkurrensklausul". Konkurrensklausuler får gälla i högst fem år. De kan inte heller ha obegränsad giltighetstid. Om konkurrensklausulen förlängs automatiskt efter fem års tid räknas det som att den har obegränsad giltighetstid.

I praktiken blir därför avtal med märkesexklusivitet tidsbestämda med högst fem års varaktighet.

Märkesexklusivitet innebär betydande restriktioner för en återförsäljare. Man bör därför vara helt säker på att man kan leva på att bara sälja ett enda märke innan man ger sig in i denna typ av avtal. Detta beror bland annat på hur starkt märket är, återförsäljarens geografiska läge och den lokala konkurrenssituationen.

F. Säljmål

Det blir möjligt att fastställa säljmål för återförsäljarens verksamhet. Om säljmålen sätts så högt att de i realiteten innebär att återförsäljaren måste köpa mer än 80 % av sitt behov från biltillverkaren kan detta utgöra en konkurrensklausul som inte kan gälla i mer än fem år och inte får löpa på obegränsad tid, se punkt 7.5 ovan.

G. Ytterligare leverans- och försäljningsställen

Enligt det gamla gruppundantaget hade återförsäljarna rätt att upprätta ytterligare leverans- och försäljningsställen så länge de uppfyllde biltillverkarens minimikrav. Detta finns inte kvar, så biltillverkarna kan nu förbjuda en återförsäljare att driva verksamhet på andra ställen än den affärslokal som anges i avtalet.

Om biltillverkaren har valt selektiv distribution kan denne inte förbjuda återförsäljaren att aktivt sälja på andra återförsäljares ansvarsområden. Passiv försäljning, dvs. att betjäna kunder som vänder sig till återförsäljaren men kommer från andra områden än återförsäljarens försäljningsområde, kan inte heller begränsas av biltillverkaren.

H. Internetförsäljning

Varje återförsäljare ska ha möjlighet att nå ut till en vidare kundkrets via internet. Att ha en egen hemsida ska räknas som passiv försäljning, trots att den faktiskt når kunder på andra återförsäljares ansvarsområden. Internetförsäljning räknas som passiv försäljning, även om det är möjligt att välja olika språk på hemsidan. Om biltillverkaren lägger in klausuler i avtalet som begränsar användningen av internet kan detta vara olagligt. Biltillverkaren kan dock ställa kvalitativa krav på hur återförsäljarens hemsida ska vara utformad

I. Överlåtelse av avtal/återförsäljarverksamhet

Enligt det gamla gruppundantaget fick inte biltillverkarna införa klausuler i avtalen som förbjöd återförsäljaren att överlåta avtalet eller återförsäljarverksamheten till en annan märkesauktoriseraad återförsäljare i biltillverkarens distributionsnätverk.

Det vertikala gruppundantaget öppnar upp för biltillverkarna att förbjuda sådana överlåtelser. Detta blir därmed en förhandlingsfråga mellan biltillverkaren och återförsäljaren.

J. Priser

Varken det gamla gruppundantaget eller det vertikala gruppundantaget tillåter att man avtalar fram begränsningar i återförsäljarens rätt att själv fastställa sina försäljningspriser. Biltillverkaren kan dock sätta upp rekommenderade försäljningspriser som återförsäljaren fritt kan välja om man vill använda eller inte.

Ett viktigt undantag från återförsäljarens rätt att själv bestämma över försäljningspriset är den möjlighet biltillverkaren har att fastställa maxpriser i återförsäljaravtalet. I andra branscher används denna möjlighet ofta när man vill etablera lågpriskedjor. I bilbranschen har man sett att vissa leverantörer har sådana klausuler utan att de används i praktiken. Särskilt när det gäller verkstäder, där kostnadsbilderna för verkstäderna varierar i olika geografiska områden, kan detta vara problematiskt.

K. Marknads- och kunduppdelning

Marknads- och kunduppdelning är som regel förbjudet. Det finns dock några viktiga undantag från detta i det vertikala gruppundantaget.

Leverantörer kan fastställa exklusiva geografiska områden för sina återförsäljare vid användning av ensamrättsavtal. Återförsäljare kan i ett sådant distributionssystem nekas att bedriva aktiv försäljning till andra återförsäljarens exklusiva områden eller etablerade kundgrupper.

De flesta biltillverkare har dock upprättat en selektiv distribution där antalet återförsäljare är begränsat. I selektiva distributionssystem kan biltillverkaren neka återförsäljaren att sälja vidare nya bilar till andra återförsäljare som inte är märkesauktoriseraade.

8. VAD SÄGER KONKURRENSREGLERNA OM EFTERMARKNADEN?

A. Inget gruppundantag för auktoriserade verkstäder

EU-kommissionen har beslutat om ett eget minigruppundantag för eftermarknaden, som dock får liten betydelse för märkesauktoriserade verkstadskedjor. Anledningen är att det vertikala gruppundantaget bara gäller om leverantörens och återförsäljarens marknadsandel inte överstiger 30 %. Eftermarknaden är märkesspecifik och biltillverkarnas märkesauktoriserade verkstadskedjor har därför som regel en marknadsandel på över 30 %. Att marknaden är märkespecifik innebär t.ex. att tillhandahållandet av servicetjänster på ett bestämt bilmärke är den relevanta produktmarknaden. Avtal för auktoriserade verkstäder omfattas därför inte av något gruppundantag.

För eftermarknaden är det vanligtvis de fristående verkstadskedjorna som får anpassa sina avtal till minigruppundantaget, medan de märkesauktoriserade verkstäderna måste ta hänsyn till de generella förbudsreglerna i konkurrenslagstiftningen.

B. Auktoriserade märkesverkstäder

Utöver gruppundantaget måste biltillverkarnas verkstads- och reservdelsavtal framför allt ta hänsyn till EU-kommissionens riktlinjer för vertikala begränsningar i avtal om försäljning och reparation av motorfordon och om försäljning av reservdelar.

Enligt dessa riktlinjer faller äkta kvalitativa selektiva avtal normalt inte in under förbudsreglerna i konkurrenslagstiftningen, förutsatt att produktens egenskaper gör det nödvändigt att använda sig av selektiv distribution, och att verkstäderna väljs ut utifrån objektiva kriterier som används på samma sätt för alla sökande, utan diskriminering. Urvalskriterierna (kvalitativa minimistandarder) får inte vara mer omfattande än nödvändigt.

Kvantitativ selektiv distribution kan strida mot förbudsreglerna i konkurrenslagstiftningen. EU-kommissionen lägger i sin bedömning stor vikt vid att värna konkurrensen både internt inom det auktoriserade nätverket och mellan det auktoriserade nätverket och fristående verkstäder. Det finns framför allt tre typer av beteenden som kan göra avtalen olagliga. Det är när fristående verkstäder hindras från att få tillgång till teknisk information, när tillverkarens garantier missbrukas för att utestänga fristående verkstäder från marknaden för reparation av ett visst bilmärke – t.ex. genom att ställa krav på att slutkunden endast får använda sig av auktoriserade verkstäder för att garantin ska gälla – och när tillverkaren använder sig av icke-kvalitativa kriterier för att välja ut vilka som ska få bli medlemmar av det auktoriserade verkstadsnätverket. Om man talar om nya märken som håller på att etablera sig på en geografisk marknad kan det vara lagligt att koppla samman försäljningen av nya bilar med en verkstad, men annars inte.

C. Fristående verkstäder

För fristående verkstadskedjor gäller som sagt det vertikala gruppundantaget fullt ut för franchiseavtalen. Dessutom tillkommer minigruppundantaget som har tre särbestämmelser som fastslår att man inte får avtala fram begränsningar för auktoriserade verkstäders försäljning av reservdelar till fristående kedjor.

Man får inte heller införa begränsningar av tillverkarnas försäljning av reservdelar och reparations- och diagnosutrustning till fristående verkstadskedjor och märkesauktoriserade verkstäder. Reservdelstillverkare ska också ha möjlighet att placera sin logotyp på de delar de tillverkar åt biltillverkaren.

9. VAR KAN MAN FÅ RÅD OCH VÄGLEDNING?

De nya konkurrensrättsreglerna för bilbranschen har tyvärr blivit svårare att orientera sig i. Medlemmar som har frågor kan vända sig till MRF.