

DIALOOG MOET OPLOSSING BRENGEN VOOR VERTICALE AKKOORDEN

CONTRACTOVERDRACHT, COMPENSATIE, MULTIBRANDING EN DIRECT SALES ZIJN KNELPUNTEN

In het Huis van de Automobiel verzamelden op 24 september 2015 een 150-tal dealers en vertegenwoordigers uit de autosector voor de CECRA European Car Dealers Day. Op het menu stonden lezingen rond digitalisering en online verkoop, maar ook de noden van de dealers in verticale akkoorden met de constructeurs. Met Erik Jonnaert, secretaris-generaal van ACEA, Joanna Szychowska, hoofd C/4 Automotive & Mobility Industries, en Bernard Lycke, directeur-generaal van CECRA, als panelleden waren alvast enkele belangrijke stemmen in het debat aanwezig.

Dieter Devriendt

DIGITALISERING EN RELATIES

Deze vijfde editie van de European Car Dealers Day, georganiseerd door de ECD (European Car Dealers, een divisie van CECRA (European Council for Motor Trades & Repairs), stond in het teken van digitale distributie en de relatie tussen dealers en autofabrikanten. Dit laatste thema was voer voor discussie tijdens het panelgesprek (zie kaderstuk). De uitdagingen en kansen op het vlak van digitale distributie werden dan weer toegelicht tijdens een viertal presentaties. Deze werden telkens vakkundig ingeleid door ECD-voorzitter Jaap Timmer. Deze beleefde zijn laatste dag in die functie, en verwelkomde alvast Anje Woltermann als zijn opvolger.

ONLINE DISTRIBUTIE

Dr. Jonathan Ruff van de juridische firma Osborne &

Clarke beet de spits af met het voorbeeld van Autohaus24.de, een intermediair online platform waar auto's worden verkocht. De site wordt beschouwd als verkoopagent van de dealer, aangezien die klanten zoekt voor een of meerdere dealers. Dit botst echter met de bescherming van de selectieve distributiesystemen van de OEM's. Platforms mogen online klanten zoeken, maar niet opereren als agenten.

IMPACT DIGITALE REVOLUTIE

Catherine Hutt (Frost & Sullivan Automotive Practice) besprak de gevolgen van de digitalisering voor de automotive. Daarbij had ze het over zes veranderingen: klantenverwachtingen, eRetailing, retaildigitalisering, nieuwe winkelformats, nieuwe automotive businessmodellen en emancipatie. De adviezen: plaats de klant centraal en omarm eRetailing zodat u zowel online als offline betrokken bent met uw klant.

GOOGLE AUTOMOTIVE

Over de stappen van Google in de automotive kwam Johann Molinari aan het woord. Hij besprak het Android Auto handsfreesysteem, 'smart cities' die verkeersinfo doorsturen en data van auto's ontvangen. Voorts had hij het ook over de zelfrijdende wagen. De raad die hij meegaf was: "Maak je bedrijf vindbaar op verschillende toestellen, en focus op de klant om zo een rimpelloze belevenis te bieden."

DIGITALISERING EN GROEI

Per Ovrén gaf als afsluiter van de lezingen nog met de onderneming Bilia het voorbeeld van hoe een multinational bedrijf dat de digitalisering integreert succesvol kan zijn. Volgens de Zweed kunnen sterke bedrijven die nieuwe technologieën goed aanwenden nog sterker worden. □



Het discussiepanel (v.l.n.r.): Peter Reisacher (Autohause Reisacher), Anouk Poelmann (CAR Avenue), Bernard Lycke (CECRA), Joanna Szychowska (C/4 Automotive & Mobility Industries, Europese Commissie), Erik Jonnaert (ACEA), Gianandrea Ferrajoli (Mecar) en Per Ovrén (Business Development Bilia)

Situatieschets

Sinds het aflopen van de MVBBER (Block Exemption Regulation 1400/2002 on vertical agreements for the purchase, sale or resale of new Motor Vehicles) in mei 2013 – en het niet vernieuwen van deze door de Europese Commissie – voelt CECRA dat de machtsbalans in de relatie tussen dealers en autofabrikanten opnieuw zwaar overhelst naar de constructeurs. De autodealers verloren sinds die dag vier belangrijke contractuele garanties:

- multibranding: meerdere merken verkopen onder één dak;
- vrije transfer dealeractiviteiten binnen het netwerk;
- minimale contractduur;
- arbitratie.

Die laatste twee werden wel door de unilateraal aangenomen 'gedragscode' van de ACEA opge-

nomen. Sinds mei 2013 treedt CECRA in dialoog met de Europese Commissie en de ACEA om de rechten die verworven werden onder de voorgaande regelgeving opnieuw te verkrijgen. Dit vooral d.m.v. een 'softlaw'-benadering (zoals vermeld in Cars 2020), waarbij een gedragscode wordt opgesteld. De gedragscode werd echter al verworpen door de beheerraad van de ACEA dat besliste de discussie voort te zetten "onderwerp per onderwerp". Op het vlak van multibranding is er alvast een negatief antwoord van de ACEA.

Nieuws

Erik Jonnaert had geen al te best nieuws te melden over de vorderingen. Juridische experts hadden namelijk aanbevolen om niet te onderhandelen over de commerciële zaken zoals 'direct sales'. Dit zou

anders aanleiding kunnen geven tot onderzoek door de Europese mededingingsautoriteit. Op de andere vlakken kan en moet de dialoog wel worden voortgezet.

Joanna Szychowska gaf aan dat in Gear 2030 (opvolger Cars 2020) vooral financiële voorzieningen op middellange termijn worden getroffen. De verticale relaties zijn niet langer gereguleerd op EU-niveau, maar worden bepaald door de lidstaten. Desalniettemin drukt de Eurocratie ook op het blijven voeren van een dialoog tussen dealers en constructeurs om zo tot een akkoord te komen.

Bernard Lycke wees erop dat in Cars 2020 de mogelijkheid tot actie van de Commissie – indien een akkoord uitblijft – is opgenomen. Wetgeving zou in dat geval de 380.000 bedrijven die CECRA vertegenwoordigt, moeten beschermen.