



JAVNA AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE
ZA VARSTVO KONKURENCE

Dunajska 58, 1000 Ljubljana

Raziskava trga servisov motornih vozil

Nezaupna verzija

27.12.2018

Kazalo vsebine

1	UVOD	3
2	IZHODIŠČA ZA RAZISKAVO	4
2.1	Pravne podlage Evropske skupnosti	4
2.2	Odločitve Agencije na področju sektorja servisov motornih vozil.....	5
2.2.1	Hyundai Avto Trade d.o.o.	5
2.2.2	Renault Nissan Slovenija, d.o.o.....	6
2.3	Odločitve Evropske Komisije na področju sektorja servisov motornih vozil.....	7
3	ANALIZA GENERALNIH ZASTOPNIKOV IN POOBLAŠČENIH PRODAJALCEV	7
3.1	Anketirana podjetja	7
3.2	Registrirana motorna vozila v Republiki Sloveniji.....	9
3.3	Analiza pogojev ohranjanja tovarniške in pogodbene garancije	10
4	ANALIZA NEODVISNIH AVTOSERVISERJEV	11
4.1	Statistika pozivov in odgovorov	11
4.2	Delež prihodkov servisnih storitev v garancijski dobi glede na vse prihodke.....	13
4.3	Razlike med tovarniško in pogodbeno garancijo.....	13
4.4	Najpogostejše znamke, ki jih servisirajo neodvisni serviserji v garancijski dobi	13
4.5	Dobavitelji rezervnih delov.....	15
4.6	Pogoji za priznavanje garancije.....	15
4.7	Določanje maloprodajnih cen servisnih storitev	16
4.8	Ovire za opravljanje servisnih storitev v garancijski dobi	16
4.9	Kritje stroškov okvare neoriginalnega nadomestnega dela.....	17
4.10	Primeri zavračanja uveljavljanja garancije	17
4.11	Druge navedbe neodvisnih serviserjev	17
4.12	Povzetek	17
5	OCENA DEJAVNIKOV TVEGANJA OMEJEVANJA KONKURENCE	18
5.1	Stopnja koncentracije trga	18
5.2	Vstopne ovire.....	18
5.2.1	Ustanovitev podjetja	18
5.2.2	Dostop do specialističnih znanj	19
6	ZAKLJUČKI	19

1 UVOD

Javna agencija Republike Slovenije za varstvo konkurence (v nadaljevanju: Agencija) je v skladu s 26. členom Zakona o preprečevanju omejevanja konkurence¹ (v nadaljevanju: ZPOMK-1) dne 18. 10. 2016 sprejela odločitev o uvedbi raziskave sektorja motornih vozil, saj je na trgu zaznala sum zlorabe prevladujočega položaja proizvajalcev vozil, ki naj bi neodvisnim avtoserviserjem oteževal in onemogočal dostop do tehničnih informacij, ki so pomembne za strokovno popravilo vozil. S tem je tudi onemogočeno enakovredno nastopanje avtoserviserjem na trgu. Uredba EU št. 461/2010 o skupinski izjemi za motorna vozila² zagotavlja neodvisnim serviserjem, da lahko servisirajo vozila tudi v času tovarniške garancije, prav tako kot pooblaščen serviserji določenega proizvajalca, ob tem pa ne sme biti ogrožena tovarniška garancija, če avtoserviser upošteva tovarniške normative in standarde, predpisane s strani proizvajalca vozila.

Ker so trgi storitev popravil in vzdrževanja ter distribucije rezervnih delov v splošnem navezujejo na posamezne blagovne znamke vozil, je konkurenca na teh trgih sama po sebi manj intenzivna kot na trgih prodaje novih vozil.

Zaradi tehnoloških izboljšav smo soočeni z naraščajočimi cenovnimi trendi za posamezna popravila in vzdrževalna dela. Zato je pomembno, da se omogoča preko neodvisnih distributerjev, neodvisnih serviserjev in neposrednim dostop proizvajalcev delov motornih vozil do distributerje, serviserjev in končnih kupcev ustrezen cenovni pritisk na teh trgih, saj predstavljajo stroški potrošnikov za storitve popravil in vzdrževanja motornih vozil zelo velik delež celotnih izdatkov potrošnikov za motorna vozila.

Konkurenčni pogoji na področju popravil in servisiranja motornih vozil tudi neposredno vplivajo na javno varnost, saj lahko vožnja neustrezno popravljenih vozil ogroža varnost in zdravje v cestnem prometu, hkrati pa pomembno vpliva na javno zdravje in okolje, saj so lahko emisije ogljikovega dioksida in drugi onesnaževalcev zraka večji pri neredno oz neustrezno vzdrževanih motornih vozilih.

Agencija je s pričujočo raziskavo preverjala stališča obeh strani, tako prodajalcev in generalnih zastopnikov avtomobilov, skupaj s pooblaščenimi servisi, kot tudi neodvisne servise z namenom seznanitve s stanjem na tem trgu in ali obstajajo sistematična kršenja zagotavlja tehničnih informacij, navodil, dostopa do izobraževanj in rezervnih delov in podobno, do katerih morajo imeti dostop po enakimi pogoji tako pooblaščen kot nepooblaščen avtoserviserji, da obstaja na trgu konkurenčno enak položaj in uporabljajo enake pogoje za primerljive posle.

Komisija je v izjavi za javnost³ sporočila, da v kolikor obstaja med avtoserviserji zadostna stopnja konkurence, da imajo potrošniki neposredne koristi, saj lahko pridobijo izvedene storitve in rezervne dele po bistveno nižjih cenah. Po navedbah Komisije so študije na primer pokazale, da so cene, ki jih zaračunavajo pooblaščen servisi v Nemčiji v povprečju za 16% višje od cen, ki jih zaračunavajo neodvisni serviserji, medtem ko v Združenem kraljestvu razlika pri tipični servisni storitvi med neodvisnimi in nekaterimi najdražjimi znamkami rezervnih delov vozil lahko tudi več kot 120%. Te razlike so še toliko bolj pomembne, če se zavedamo, da lahko v življenjski dobi avtomobila nanesejo stroških popravil in vzdrževanja toliko, kolikor je prvi lastnik plačal za novi avtomobil.

Avtomobili postajajo vse bolj zapleteni in celo osnovna popravila zahtevajo usposobljene strokovnjake s tehničnimi informacijami, specifičnimi za posamezno blagovno znamko. Če proizvajalci z neodvisnimi serviserji ne delijo vseh potrebnih tehničnih informacij, ki bi jim omogočale kakovostno izvedbo storitev, lahko to sčasoma vodi v izstop neodvisnih serviserjev s trga, posledično pa občutno škodo za potrošnike.

¹ Uradni list RS, št. 36/08, 40/09, 26/11, 87/11, 57/12, 39/13 – odl. US, 63/13 – ZS-K, 33/14, 76/15 in 23/17.

² Uredba Komisije (EU) št. 461/2010 z dne 27. maja 2010 o uporabi člena 101(3) Pogodbe o delovanju Evropske unije za skupine vertikalnih sporazumov in usklajenih ravnanj v sektorju motornih vozil.

³ Splet: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-07-1332_en.htm.

2 IZHODIŠČA ZA RAZISKAVO

2.1 Pravne podlage Evropske skupnosti

Področje prodaje, popravil, distribucije rezervnih delov in vzdrževanja motornih vozil je s strani Evropske komisije prepoznano kot pomembno, zato sta na tem področju v veljavi Uredba EU št. 330/2010 o splošni vertikalni skupinski izjemi⁴ in že omenjena Uredba EU št. 461/2010. Po oceni komisije je potrebno razlikovati med trgom novih motornih vozil in trgom opravljanja storitev popraviljanja, vzdrževanja in distribucije rezervnih delov.

Dopolnilne smernice o vertikalnih omejitvah v sporazumih o prodaji in popravilih motornih vozil ter distribuciji rezervnih delov za motorna vozila v 69. točki sporočajo, da kakovostni selektivni distribucijski sporazumi lahko prav tako spadajo na področje uporabe člena 101 (1) PDEU, če dobavitelj in člani njegove pooblaščen mreže popravila na nekaterih kategorijah motornih vozil eksplicitno ali implicitno omeji na člane pooblaščen mreže. Tako do uporabe člena 101 (1) PDEU lahko pride, če se garancijo proizvajalca kupcu pogojuje s tem, da mora končni uporabnik vsa servisna in vzdrževalna dela, ki niso zajeta v garanciji, opraviti v okviru pooblaščenih servisnih mrež. Enako velja za garancijske pogoje, ki zahtevajo uporabo rezervnih delov proizvajalčeve blagovne znamke, za katere ne velja garancija. Sporazumi o selektivni distribuciji, ki vsebujejo takšne prakse, verjetno potrošnikom ne bodo prinesli koristi na takšen način, da bi bili sporazumi upravičeni do izjeme po členu 101(3) PDEU.

V pogostih vprašanjih o uporabi protimonopolnih pravil, ki jih je kot dodatek k dopolnilnim smernicam izdala Evropska komisija⁵, je navedeno, da omejitev glede servisiranja ali nadomestnih delov lahko določena v kupoprodajni pogodbi ali v kakšnem drugem dokumentu, kot je primeroma servisna ali garancijska knjižica. Ne glede na to, kje je omejitev navedena, potrošniki zaradi nje najverjetneje menijo, da se garancija razveljavi, če servisiranje opravi neodvisen serviser ali če se uporabijo nadomestni deli alternativnih blagovnih znamk. Zaradi navedenega je verjetno, da pride do izključitve takšnih neodvisnih izvajalcev.

Za ustrezno delovanje trga storitev popraviljanja in vzdrževanja ter distribucije rezervnih delov je Evropska komisija v Uredbi št. 330/2010 v členu 4(e) določila, da je nedopustna omejitev, o kateri se dogovorita dobavitelj sestavnih delov in kupec, ki te sestavne dele vgrajuje v motorno vozilo, in ki dobavitelju omejuje možnost, da bi sestavne dele prodajal kot nadomestne dele tudi končnim uporabnikom, neodvisnim serviserjem in drugim ponudnikom storitev.

Dodatno k temu, je Evropska komisija z Uredbo št. 461/2010 v 5. členu določila še tri nedopustne omejitve in sicer:

- člen 5(a) Uredbe navaja, da je nedopustna omejitev prodaje rezervnih delov za motorna vozila s strani članov selektivne distribucije neodvisnim serviserjem. V praksi to pomeni, da morajo tudi neodvisni serviserji imeti prost dostop do originalnih rezervnih delov, ki jih je mogoče dobiti le od proizvajalca motornega vozila ali članov njegovih pooblaščenih mrež.
- člen 5(b) Uredbe navaja, da je s strani proizvajalca motornih vozil nedopustno omejevati dobavitelja pri dobavi rezervnih delov, orodij za popravilo, diagnostičnih pripomočkov in druge opreme neposredno tako pooblaščenim kot neodvisnim distributerjem ali pooblaščenim ali neodvisnim serviserjem in končnim uporabnikom ter
- člen 5(c), da je s strani proizvajalca motornih vozil nedopustno omejevanje dobavitelja sestavnih delov, da le ta dobavljene sestavne dele ali rezervne dele ne bi učinkovito in na vidnem mestu označil s svojo blagovno znamko ali logotipom. Slednje je pomembno, saj imajo potrošniki in serviserji tako možnost ugotoviti, kateri rezervni deli drugih dobaviteljev tudi ustrezajo nekemu motornemu vozilu, poleg delov, ki nosijo blagovno znamko proizvajalca vozila.

⁴ Uredba Komisije (EU) št. 330/2010 z dne 20. aprila 2010 o uporabi člena 101(3) Pogodbe o delovanju Evropske unije za skupine vertikalnih sporazumov in usklajenih ravnanj.

⁵ Evropska Komisija, Pogosta vprašanja o uporabi protimonopolnih pravil EU v sektorju motornih vozil, z dne 27. 8. 2012.

Cilj omenjenih omejitev je, da se ohrani konkurenca tako med člani pooblaščenih servisnih mrež kot tudi med temi člani in neodvisnimi serviserji, proizvajalci delov in distributerji.

Pri tem je pomembno, da je nedopustno omejevanje dostopa neodvisnim izvajalcem do tehničnih informacij o popravilih in vzdrževanju motornih vozil. Proizvajalec motornih vozil mora neodvisnim izvajalcem zagotoviti tehnične informacije na nediskriminatoren način pod enakimi pogoji kot pooblaščenim izvajalcem. Pojem tehnične informacije vključuje tudi programsko opremo, kode napak, druge parametre, vključno s posodobitvami, ki so potrebne za delo na elektronskih krmilnih enotah, kataloge rezervnih delov, postopke popraviljanja in vzdrževanja, delovne rešitve ipd. Za tehnično informacije se štejejo tudi kode delov in vse druge informacije, ki so potrebne za določitev ustreznega rezervnega dela za vgradnjo v posamezno vozilo. Dobavitelj motornih vozil mora neodvisnim izvajalcem omogočiti informacije hkrati s pooblaščenimi serviserji, brez nepotrebne odlašanja, v uporabni obliki ter po sprejemljivi ceni za želene obsege informacij, ki jih neodvisni izvajalec potrebuje.

Prav tako je nedopustna zloraba garancij, bodisi osnovne, bodisi razširjene, če proizvajalec garancijo kupcu pogojuje s tem, da mora kupec vsa servisna in vzdrževalna dela, tudi tista, ki niso zajeta v garanciji, opraviti v okviru pooblaščenih servisnih mrež proizvajalca vozil.

2.2 Odločitve Agencije na področju sektorja servisov motornih vozil

2.2.1 Hyundai Avto Trade d.o.o.

Agencija je v letu 2016 zaključila postopek, ki ga je uvedla proti podjetju Hyundai Avto Trade d.o.o. (HAT d.o.o.) in pooblaščenim serviserjem motornih vozil znamke Hyundai, ker naj bi lastnikom vozil znamke Hyundai uveljavljanje 5-letne garancije pogojevali s servisiranjem vozil pri pooblaščenih serviserjih in z uporabo originalnih rezervnih delov in materialov, nabavljenih od HAT d.o.o., s čimer bi lahko omejevali dostop do trga neodvisnim serviserjem in dobaviteljem rezervnih delov, ki so enake kakovosti kot originalni.

Agencija je postopek zoper HAT d.o.o. uvedla, ker je bila izkazana verjetnost, da je podjetje s pooblaščenimi serviserji motornih vozil znamke Hyundai sklepalo sporazume o kakovostni selektivni distribuciji, ki vsebujejo:

- pogojevanje tovarniške garancije za motorna vozila znamke Hyundai s tem, da mora uporabnik servisna in redna vzdrževalna dela, ki niso zajeta v garanciji, opraviti pri pooblaščenem servisu vozil Hyundai;
- pogojevanje tovarniške garancije za motorna vozila znamke Hyundai s tem, da mora uporabnik za menjave delov, za katere ne velja garancija, uporabljati originalne nadomestne dele znamke Hyundai, dobavljene s strani podjetja HAT d.o.o.,

s čimer bi lahko izključevali neodvisne serviserje in zapirali alternativne distribucijske poti za nadomestne dele ter tako preprečevali oziroma omejevali konkurenco na prodajnem trgu vzdrževanja motornih vozil znamke Hyundai na ozemlju Republike Slovenije in tako na znatnem delu notranjega trga, kar bi lahko prizadelo trgovanje med državami članicami EU.

Po opravljeni preiskavi v podjetju HAT d.o.o. so stranke postopka predlagale zaveze, ki so jih po pripombah Agencije tudi večkrat dopolnile. Agencija je pozvala zainteresirano javnost, da k predlogu zavez v postopku udeleženih podjetij poda svoje mnenje, predloge in pripombe ter zaveze sprejela z odločbo št. 3062-2/2014-83 z dne 5. 5. 2016.

Sprejete zaveze odpravljajo stanje, iz katerega izhaja verjetnost kršitve pravil konkurence ter Agenciji omogočajo natančen vpogled v poslovanje podjetja HAT d.o.o. z namenom spremljati izvajanje zavez. Zaveze omogočajo konkurenco med pooblaščenimi in neodvisnimi serviserji tudi v času, ko je vozilo v garanciji, pod pogoji, skladnimi z Uredbo EU št. 461/2010. Enako velja za dobavitelje rezervnih delov, ki so enake kakovosti kot originalni deli. O teh možnostih in o neveljavnosti drugačnih navodil so morali biti pisno obveščeni vsi lastniki vozil znamke Hyundai, ki imajo vozilo še v garanciji. Zaveze narekujejo obveščanje lastnikov o tem, kaj morajo storiti v primeru servisiranja pri neodvisnih serviserjih, da bi ohranili veljavnost garancije. Prav tako onemogočajo izkoriščanje prednosti pooblaščenih pred neodvisnimi serviserji zaradi t.i. tihih tovarniških vpoklicev, saj mora HAT d.o.o. strankam omogočati brezplačen vpogled v te podatke za posamezno vozilo, tako da ti lahko svoje vozilo brezplačno pripeljejo samo na takšna popravila, redne servise pa vseeno opravijo pri

poljubnem, tudi neodvisnem serviserju. Poleg tega se je podjetje HAT d.o.o. zavezalo tudi vsem serviserjem zagotoviti enak dostop do tehničnih informacij in rezervnih delov. Vse navedeno bi moralo pozitivno vplivati na ceno poprodajnih storitev, kar bo Agencija med triletnim obdobjem trajanja zavez tudi spremljala.

Agencija se je že v tej odločbi zavezala, da bo nadalje preverila, ali obstaja verjetnost omejevanja konkurence s podobnimi ravnanji (torej napačno informiranje strank glede veljavnosti tovarniške garancije) tudi pri drugih znamkah avtomobilov. K nižjim cenam na trgu poprodajnih storitev motornih vozil bo največ pripomogla ozaveščenost potrošnikov, da lahko vsa vozila tudi v času veljavnosti garancije pod določenimi objektivnimi pogoji servisirajo kjer koli.

Sprejem odločbe o zavezah pomeni, da ni ugotovljena kršitev pravil konkurence, lahko pa se postopek ugotavljanja kršitve nadaljuje, če podjetja zaveze kršijo, kar pa je tudi prekršek, ki se lahko samostojno kaznuje z globo do 10 % letnega prometa podjetja.

2.2.2 Renault Nissan Slovenija, d.o.o.

Agencija je z odločbo v letu 2018 sprejela predlog zavez, ki ga je v postopku ugotavljanja kršitve domnevne zlorabe prevladujočega položaja predlagalo podjetje Renault Nissan Slovenija, d.o.o. (Renault). S sprejemom zavez se je postopek ugotavljanja kršitve 9. člena ZPOmK-1 in 102. člena Pogodbe o delovanju Evropske Unije, ki ga je Agencija dne uvedla proti podjetju Renault, zaključil brez dokončne presoje o kršitvi prej navedenih določb.

S sprejemom zavez se je odpravilo stanje, iz katerega izhaja verjetnost kršitve določb 9. člena ZPOmK-1 in 102. člena PDEU, in sicer da naj bi podjetje Renault zlorabljalo prevladujoč položaj na trgu zagotavljanja tehničnih informacij in tehničnih izobraževanj serviserjem (pooblaščenim in neodvisnim) vozil znamke Renault na ozemlju Republike Slovenije in na znatnem delu notranjega trga Evropske unije, kar bi lahko prizadelo trgovino med državami članicami Evropske unije, zlasti s tem, ko naj bi pooblaščenim serviserjem omogočalo dostop do tehničnih informacij in tehničnih izobraževanj vozil znamke Renault, medtem ko naj bi neodvisnim serviserjem vozil znamke Renault oteževalo in onemogočalo dostop do tehničnih informacij in tehničnih izobraževanj vozil znamke Renault, te tehnične informacije in izobraževanja pa so potrebne za kakovostno izvajanje storitev popravil in vzdrževanja vozil znamke Renault in posledično za konkuriranje na trgu zagotavljanja storitev popravil in vzdrževanja vozil znamke Renault na ozemlju Republike Slovenije, s tem pa naj bi podjetje Renault neodvisne serviserje v primerjavi s pooblaščenimi serviserji postavljalo v konkurenčno slabši položaj ter tako uporabljalo neenake pogoje za primerljive posle z drugimi sopogodbentiki, s čimer so bili sopogodbentiki postavljeni v konkurenčno slabši položaj, kar naj bi predstavljalo zlorabo prevladujočega položaja.

Podjetje Renault se je zavezalo, da bo sprejelo, ustrezno dopolnilo in objavilo ustrezne interne akte z informacijami o načinu omogočanja dostopa serviserjev do tehničnih informacij, učnega gradiva, tehničnih izobraževanj in predizobraževanj ter postopek poročanja in odpravljanja težav v primeru pojava tehničnih težav pri delovanju portala InfoTech. Te akte bo podjetje Renault posredovalo Agenciji v pregled in seznanitev. Nadalje se je podjetje zavezalo, da bo neodvisnim serviserjem omogočilo dostop do vseh tehničnih informacij, ki jih potrebujejo za kakovostno izvajanje storitev popravil in vzdrževanja vozil znamke Renault, in sicer pod enakimi pogoji, kot veljajo za pooblaščenih serviserje, ter enkrat letno pripravilo brezplačno izobraževanje o prijavi na in uporabi portala InfoTech, pri čemer bo termine izobraževanj in postopek prijave objavilo na svoji spletni strani, dostopa do tehničnih informacij pa podjetje Renault ne bo pogojevalo z udeležbo na tehničnih izobraževanjih. Podjetje Renault se je zavezalo še, da bo serviserje pravočasno obvestilo o predvidenih terminih in vsebini predizobraževanj in izobraževanj, objavilo navodila za prijavo na posamezno izobraževanje ter način plačila in ceno, ki bo enaka za vse serviserje. Nadalje bo podjetje Renault omogočilo neodvisnim serviserjem udeležbo na brezplačnem predizobraževanju, ki bo potekalo na isti dan kot izobraževanje, pri tem pa morebitno opravljanje preizkusa znanja ne bo obvezno in tudi ne pogoj za pristop k nadaljnjemu izobraževanju. Podjetje Renault bo tako izvedbo in udeležbo na tehničnih izobraževanjih, ki bodo izvedena v primeru prijave vsaj 3 udeležencev, pod enakimi pogoji omogočilo vsem zainteresiranim serviserjem, cena tehničnega izobraževanja pa bo enaka ne glede na število prijavljenih serviserjev. V času trajanja zavez bo podjetje Renault cenike tehničnih izobraževanj posredovalo v pregled in seznanitev Agenciji. Podjetje Renault se je zavezalo tudi, da bo dostop do

učnega gradiva omogočilo vsem serviserjem pod enakimi pogoji, o izpolnjevanju zavez pa bo podjetje Renault poročalo Agenciji.

Zaveze veljajo za obdobje 3 let, šteto od dneva izdaje odločbe, stanje, kakršno izhaja iz zavez, pa bo podjetje Renault vzpostavilo najkasneje v 2 (dveh) mesecih od prejema odločbe Agencije.

Sprejem odločbe o zavezah pomeni, da ni ugotovljena kršitev pravil konkurence, saj se s sprejemom zavez odpravlja stanje, iz katerega izhaja verjetnost kršitve določb 9. člena ZPOmK-1 in 102. člena PDEU. Lahko pa se postopek ugotavljanja kršitve nadaljuje, če podjetje zaveze krši, kar pa je tudi prekršek, ki se lahko samostojno kaznuje z globo do 10 % letnega prometa podjetja.

2.3 Odločitve Evropske Komisije na področju sektorja servisov motornih vozil

Evropska komisija je septembra 2007 sprejela štiri odločitve, ki pravno zavezujejo Daimler-Chrysler, Toyota, General Motors in Fiat za obveščanje o tehničnih podatkih o popravilih avtomobilov vsem neodvisnim avtoserviserjem v EU. Odločbe so bile sprejete v skladu s členom 9 (1) Uredbe ES 1/2003⁶. Zaveze so bile podane po preiskavi Komisije, da bi lahko nezadosten dostop do celotnega obsega tehničnih informacij onemogočil delovanje neodvisnih serviserjev na trgu in da bi sporazumi med proizvajalci avtomobilov in njihovimi pooblaščenimi serviserji kršili pravila Pogodbe ES o omejevalnih poslovnih praksah (člen 81). Posledično zmanjšanje konkurence med serviserji avtomobilov bi lahko pri potrošnikih zmanjšalo izbiro avtoservisov in povišalo cene: neodvisni serviserji so po ugotovitvah Komisije pogosto cenejši od pooblaščenih serviserjev, včasih pa več kot 50 %. Poleg tega bi, če bi se popravila izvedla brez ustreznih tehničnih informacij, to lahko povzročilo, da se vozila vozijo v nevarnem stanju in povečujejo onesnaženost zraka in povečujejo porabo goriva. Zaveze so bile zavezujoče do izteka veljavnosti skupinske izjeme za motorna vozila⁷, to je do maja 2010, ko je začela veljati uredba o emisijah vozil⁸. To nalaga obveznost proizvajalcem vozil, da neodvisnim serviserjem zagotovijo standardiziran dostop do vseh tehničnih informacij o popravilih.

Zaveze, ki jih je omenjenim štirim proizvajalcem vozil naložila Komisija imajo tri točke:

- V prvi točki se Komisija opredeli do tehničnih informacij in določa, da morajo biti vse takšne informacije, ki se posredujejo pooblaščenim serviserjem nediskriminatorno oziroma pod enakimi pogoji na voljo tudi neodvisnim serviserjem.
- Drugič, proizvajalci avtomobilov imajo možnost, da ne delijo informacij glede sistema varovanja vozila pred krajo ali varnostnimi omejitvami delovanja elektronike na vozilu, morajo pa zagotoviti, da to ne preprečuje neodvisnim serviserjem izvajati popravila, ki niso neposredno povezana s temi funkcijami.
- Tretjič, zaveze zagotavljajo, da informacije ne smejo biti vsebinsko in cenovno zapakirane v celoto, pač pa morajo imeti neodvisni serviserji dostop le do tistih informacij in v obsegu, kot jih potrebujejo. Spletne strani, ki jih stranke izberejo kot glavno sredstvo za zagotavljanje tehničnih informacij, se bodo ohranjale v času veljavnosti obveznosti. Dostop bo temeljil na časovnih režah, pri čemer se cena ene ure dostopa določi na ravni, ki zagotavlja enakost med neodvisnimi in pooblaščenimi serviserji.

3 ANALIZA GENERALNIH ZASTOPNIKOV IN POOBLAŠČENIH PRODAJALCEV

3.1 Anketirana podjetja

Agencija je k posredovanju odgovorov pozvala naslednje generalne zastopnike in pooblaščene prodajalce, pri čemer je podjetje Hyundai Avto Trade, d.o.o., ki zastopa znamko Hyundai, zaradi že

⁶ Uredba Sveta (ES) št. 1/2003 z dne 16. decembra 2002 o izvajanju pravil konkurence iz členov 81 in 82 PDEU.

⁷ Uredba Komisije (ES) št. 1400/2002.

⁸ Uredba Sveta (ES) 715/2007.

zaključenega postopka proti njemu, izpustila iz analize. V tabeli 1 so predstavljeni vsi analizirani zastopniki posameznih znamk osebnih motornih vozil.

Tabela 1: Spisek anketiranih zastopnikov osebnih motornih vozil

Naziv zastopnika	Zastopništvo znamk
AC-Mobil d.o.o.	HONDA, MITSUBISHI
Autocommerce d.o.o.	MERCEDES-BENZ
Avto Triglav d.o.o.	FIAT, ALFA ROMEO, JEEP
BMW Vertriebs GmbH, Podružnica Ljubljana	BMW, MINI
C Automobil Import d.o.o.	CITROEN, DS
KMAG, Kia Motors Adria Group d.d.	KIA
Magyar Suzuki Zrt. Podružnica v Sloveniji	SUZUKI
Mazda Motor Slovenija, d.o.o.	MAZDA
Opel Southeast Europe, Podružnica Ljubljana	OPEL
P Automobil Import d.o.o.	PEUGEOT
Porsche Slovenija d.o.o.	VOLKSWAGEN, AUDI, ŠKODA, SEAT
Renault Nissan Slovenija, d.o.o.	RENAULT, NISSAN, DACIA
Summit Motors Ljubljana, d.o.o.	FORD
Toyota Adria d.o.o.	TOYOTA, LEXUS
VCAG d.o.o.	VOLVO

V tabeli 2 prikazujemo promet posameznih zastopnikov posameznih znamk osebnih motornih vozil in njihov celotni realizirani promet s primerjavo rasti prihodkov med letoma 2016 in 2017. Podatki za zastopnika Opel Southeast Europe, Podružnica Ljubljana in Magyar Suzuki Zrt., Podružnica v Sloveniji niso primerljivi s podatki ostalih zastopnikov, saj očitno ne predstavljajo tudi prihodkov od prodaje vozil v Sloveniji.

Tabela 2: Prikaz prometa zastopnikov posameznih znamk osebnih motornih vozil in njihov celotni realizirani promet s primerjavo rasti prihodkov med letoma 2016 in 2017

Naziv zastopnika	Zastopništvo znamk	Promet v EUR		Sprememba
		2016	2017	2017/2016
Renault Nissan Slovenija, d.o.o.	RENAULT, NISSAN, DACIA	440.314.533	478.615.019	8,7%
Porsche Slovenija d.o.o.	AUDI, SEAT, ŠKODA, VOLKSWAGEN	514.105.417	452.344.452	-12,0%
Avto Triglav d.o.o.	JEEP, ALFA ROMEO, FIAT	199.054.836	194.060.379	-2,5%
Autocommerce d.o.o.	MERCEDES-BENZ	152.052.147	149.629.279	-1,6%
Toyota Adria d.o.o.	TOYOTA, LEXUS	100.173.000	117.013.000	16,8%
Summit Motors Ljubljana, d.o.o.	FORD	94.250.089	114.134.585	21,1%
BMW Vertriebs GmbH, Podružnica Ljubljana	BMW, MINI	97.163.813	111.645.722	14,9%
P Automobil Import d.o.o.	PEUGEOT	63.181.614	83.405.992	32,0%
Kia Motors Adria Group d.d. (KMAG)	KIA	64.657.743	73.885.700	14,3%
C Automobil Import d.o.o.	CITROEN, DS	63.310.058	70.868.912	11,9%
VCAG d.o.o.	VOLVO	29.307.287	37.707.429	28,7%

Naziv zastopnika	Zastopništvo znamk	Promet v EUR		Sprememba
		2016	2017	2017/2016
AC-Mobil d.o.o.	HONDA, MITSUBISHI	16.549.321	23.240.270	40,4%
Mazda Motor Slovenija, d.o.o.	MAZDA	20.466.228	18.906.041	-7,6%
<i>Opel Southeast Europe, Podružnica Ljubljana</i>	<i>OPEL</i>	<i>445.288</i>	<i>586.800</i>	<i>31,8%</i>
<i>Magyar Suzuki Zrt. Podružnica v Sloveniji</i>	<i>SUZUKI</i>	<i>546.350</i>	<i>398.400</i>	<i>-27,1%</i>
SKUPAJ		1.855.577.724	1.926.441.980	

Vir: AJPES in preračuni Agencije.

Iz tabele 2 je razvidno, da je v letu 2017 zastopnik Renault Nissan Slovenija d.o.o. na prvem mestu zamenjal zastopnika Porsche Slovenija d.o.o., ki je bilo po prodaji vodilno podjetje v letu 2016, beleži pa tudi največji padec prodaje v letu 2017 med zastopniki glede na leto 2016. Podatki o povečanju ali zmanjšanju prodaje v letu 2017 glede na leto 2016 kažejo na precejšnje razlike med zastopniki, saj se padci gibljejo med 7,6 % (Mazda Motor Slovenija, d.o.o.) do 12 % (Porsche Slovenija d.o.o.), rast prodaje pa se giblje med 8,7 % (Renault Nissan Slovenija d.o.o.) do kar 40,4 % (AC-Mobil d.o.o.). Iz prikazanih podatkov je mogoče razbrati velika nihanja v prodaji, kar lahko kaže na veliko konkurenco med posameznimi zastopniki oziroma znamkami osebnih vozil, ki jih zastopajo.

Iz tabele 2 je tudi razvidno, da se skupna prodaja osebnih vozil anketiranih zastopnikov povečala najmanj za 70 milijonov EUR, ob upoštevanju napake v tabeli pri zastopnikih znamk Opel in Suzuki in ob odsotnosti znamke Hyundai, kar kaže na rast trga prodaje osebnih vozil.

3.2 Registrirana motorna vozila v Republiki Sloveniji

V tabeli 3 prikazujemo podatke o vseh registriranih motornih vozilih analiziranih znamk iz tabele 1 v Republiki Sloveniji na dan 30. 6. 2018 ter ločeno prikazati podatke po starosti do 5 let, med 5 in 10 let in nad 10 let.

Agencija je z danim pregledom želela oceniti tržni delež posameznih znamk registriranih vozil in oceniti občutljivost posamezne znamke glede na potrebo po servisih. Znamke do 5 let so praviloma v tovarniški garanciji in lastniki vozil močno gravitirajo na servis na pooblaščenih servisih, gravitacija starejših znamk pa z leti prehaja na servis na cenejših, v večini primerov neodvisnih servisih.

Iz tabele 3 je mogoče ugotoviti največjo zastopanost znamk Volkswagen (15,7 %) in Renault (15,6%), sledijo pa jim Citroen (7,7 %), Opel (7,7 %) in Peugeot (6,4 %). Najmanj registriranih vozil je vozil znamk DS, Jeep, Lexus, Mini Mitsubishi in Alfa Romeo, vsaka manj kot 1 %.

Struktura registriranih znamk se bistveno ne spreminja v nobeni od prikazanih treh starostnih skupin.

Tabela 3: Podatki o vseh registriranih vozilih analiziranih znamk v Republiki Sloveniji na dan 30. 6. 2018

Znamka	Vsa vozila		Starost do 5 let		Starost 5 do 10 let		Starost nad 10 let	
	Število	%	Število	%	Število	%	Število	%
ALFA ROMEO	6.532	0,6%	421	0,1%	1.544	0,5%	4.567	1,2%
AUDI	43.993	4,3%	10.595	3,5%	14.671	4,6%	18.727	4,8%
BMW	46.680	4,6%	12.328	4,1%	14.751	4,6%	19.601	5,0%
CITROEN	78.137	7,7%	19.493	6,5%	29.089	9,0%	29.555	7,6%
DACIA	13.061	1,3%	9.234	3,1%	3.317	1,0%	510	0,1%
DS	38	0,0%	38	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
FIAT	37.410	3,7%	7.289	2,4%	9.872	3,1%	20.249	5,2%
FORD	59.237	5,8%	15.743	5,2%	22.368	6,9%	21.126	5,4%
HONDA	23.027	2,3%	3.420	1,1%	5.572	1,7%	14.035	3,6%
JEEP	1.296	0,1%	353	0,1%	174	0,1%	769	0,2%
KIA	28.702	2,8%	10.604	3,5%	13.747	4,3%	4.351	1,1%
LEXUS	686	0,1%	258	0,1%	192	0,1%	236	0,1%
MAZDA	16.131	1,6%	5.086	1,7%	5.071	1,6%	5.974	1,5%
MERCEDES BENZ	44.843	4,4%	13.024	4,3%	12.028	3,7%	19.791	5,1%
MINI	2.371	0,2%	527	0,2%	1.085	0,3%	759	0,2%
MITSUBISHI	6.496	0,6%	1.293	0,4%	1.271	0,4%	3.932	1,0%
NISSAN	19.186	1,9%	5.974	2,0%	7.095	2,2%	6.117	1,6%
OPEL	77.106	7,6%	19.968	6,6%	25.504	7,9%	31.634	8,1%
PEUGEOT	64.587	6,4%	19.149	6,3%	19.948	6,2%	25.490	6,5%
RENAULT	158.480	15,6%	43.183	14,3%	52.118	16,2%	63.179	16,2%
SEAT	20.024	2,0%	6.486	2,1%	5.376	1,7%	8.162	2,1%
SUZUKI	15.693	1,5%	5.256	1,7%	2.970	0,9%	7.467	1,9%
ŠKODA	46.186	4,5%	25.031	8,3%	12.415	3,9%	8.740	2,2%
TOYOTA	32.383	3,2%	8.999	3,0%	8.690	2,7%	14.694	3,8%
VOLKSWAGEN	159.086	15,7%	54.113	17,9%	49.299	15,3%	55.674	14,2%
VOLVO	14.056	1,4%	4.265	1,4%	4.024	1,2%	5.767	1,5%
Skupaj	1.015.427	100,0%	302.130	100,0%	322.191	100,0%	391.106	100,0%

Vir: Ministrstvo za javno upravo, Odprti podatki Slovenije: <https://podatki.gov.si/dataset/evidenca-registriranih-vozil-presek-stanja/resource/4ebc32c2-fe8a-405d-bd81-e128a28971d2> in preračuni Agencije.

3.3 Analiza pogojev ohranjanja tovarniške in pogodbene garancije

V tem delu je Agencija iz analize izpustila tudi podjetje Renault Nissan Slovenija, d.o.o., saj je Agencija z odločbo z dne 30. 5. 2018 podjetje že zavezala k izpolnjevanju zavez v zvezi z ugotovitvami protikonkurenčnega delovanja v odnosu do izvajanja servisnih storitev s strani nepooblaščenih servisov.

Vsi zastopniki oz distributerji blagovnih znamk vozil sicer navajajo, da garancijske pogoje za vozila, ki jih zastopajo in prodajajo, praviloma določa proizvajalec vozila oz njegova podružnica, pristojna za določeno tržno območje kot je Evropa. V odgovorih praviloma navajajo, da so garancijski pogoji navedeni v garancijski knjižici ali v navodilih za uporabo, ki jo prejme kupec novega vozila skupaj z vozilom. Tovarniški garancijski roki za vozilo začnejo teči z dnevom predaje vozila kupcu ali z datumom prve registracije vozila. Pri nekaterih blagovnih znamkah vozil je začetek veljavnosti za garancijo vozila prikazan v digitalnem servisnem zapisu za posamezno vozilo. Tovarniški garancijski roki so v trajanju od 24 mesecev pa vse do petih let, odvisno od blagovne znamke vozila. Kot dodatni

pogoji so pogosto določeni prevoženi kilometri vozila. Tako velja omejitev bodisi število mesecev ali število prevoženih kilometrov, kar je izpolnjeno prej.

Garancija za vozilo ni vezana na lastništvo vozila in se ob morebitni prodaji vozila drugemu lastniku avtomatično ohrani. V navodilih za uporabo vozila je pogosto navedeno, da naj lastniki skrbno hranijo račune o opravljenih servisnih posegih ter poskrbijo za potrditev servisne oz. garancijske knjižice vozila ob vsakem servisnem pregledu, s čimer bo ohranjena vrednost vozila ob njegovi prodaji.

Zastopniki oz. distributerji blagovnih znamk vozil so v odgovorih Agenciji zagotavljali, da ohranitev veljavnosti tovarniške garancije za vozilo ni pogojena z rednim vzdrževanjem vozila v garancijskem roku pri pooblaščenem serviserju. Prav tako naj ne bi bil nobeni stranki (upravičencu iz garancije) nikoli zavrnjen garancijski zahtevek zaradi razloga, ker vozilo ne bi bilo redno vzdrževano s strani pooblaščenega serviserja, ali ker bi bilo vzdrževano s strani nepooblaščenega serviserja.

Agencija je po podrobnem pregledu garancijskih pogojev, zapisanih v garancijskem listu in/ali servisni knjižici, ugotovila, da ima kar **polovica anketiranih proizvajalcev dvoumno zapisane pogoje** za uveljavljanje garancije. Posledica takšnih določil je lahko zmeda pri potrošnikih, ki zaradi tega ne vedo, kdaj in ob katerih pogojih veljavnost garancije ostane nespremenjena. Zastopniki takšne nejasnosti in neustreznosti glede uveljavljanja in veljavnosti garancije niso utemeljili z objektivnimi upravičenji, ki bi bila skladna z Uredbo. Agencija meni, da so zaradi ustrezne obveščenosti potrošnikov glede pogojev uveljavljanja in veljavnosti garancije lahko potrebni dodatni pregledi in morebitni ukrepi, ki bodo zagotovili jasnost garancijskih določil in skladnost z določili Uredbe.

Ne glede na navedbe vseh anketiranih proizvajalcev, da veljavnost garancije ni pogojena s servisi pri pooblaščenih serviserjih, v praksi ostajajo nejasnosti pri posameznih proizvajalcev, ki bi lahko vodile k zmedbi pri potrošnikih glede nujnosti oprave servisa pri pooblaščenih serviserjih. Glede na izkušnje Agencije je lahko že nejasnost pri veljavnosti garancije ob servisiranju pri nepooblaščenih serviserjih zadosten razlog za to, da se potrošniki ne odločajo za možnost izbire med pooblaščenim in nepooblaščenim serviserjem.

Agencija ugotavlja, da pri proizvajalcih obstajajo različna tolmačenja Uredbe in pogojev za ohranitev garancije, kar vnaša med potrošnike zmedo glede veljavnosti garancije. To lahko resno ovira proces izbire med pooblaščenimi in nepooblaščenimi serviserji za potrošnike in tako škodi razvoju konkurence na trgu poprodajnih storitev. Razlage in pogoji za uveljavljanje garancij bi morali tako biti enotni in skladni z relevantno zakonodajo, minimalni pogoji za uveljavljanje in veljavnost garancije pa bi morali biti poleg tega še jasno in nedvoumno predpisani.

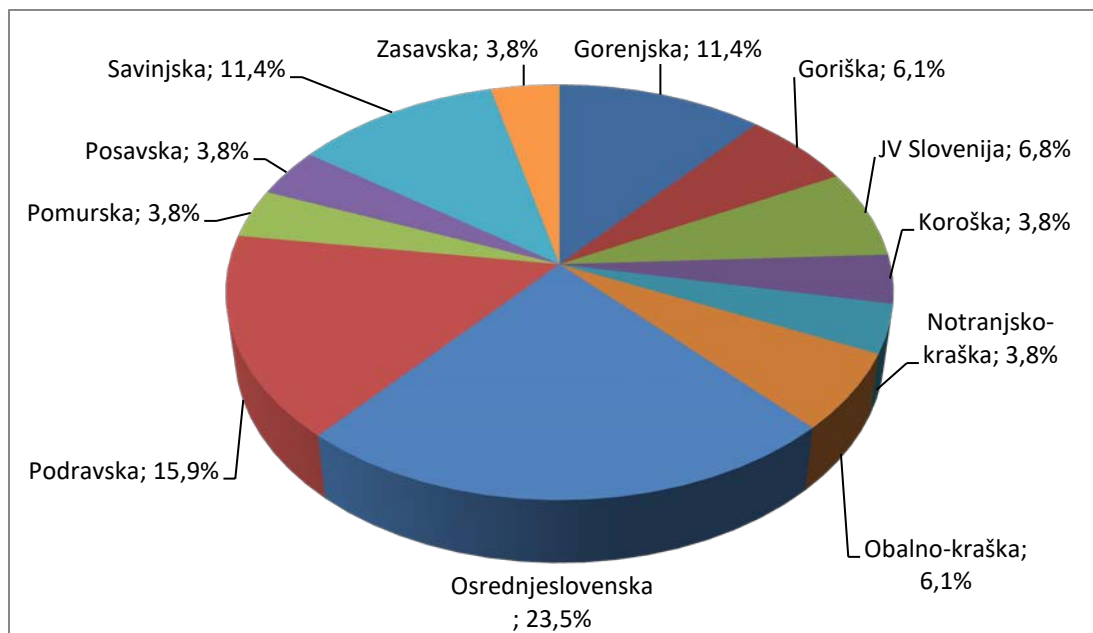
4 ANALIZA NEODVISNIH AVTOSERVISERJEV

4.1 Statistika pozivov in odgovorov

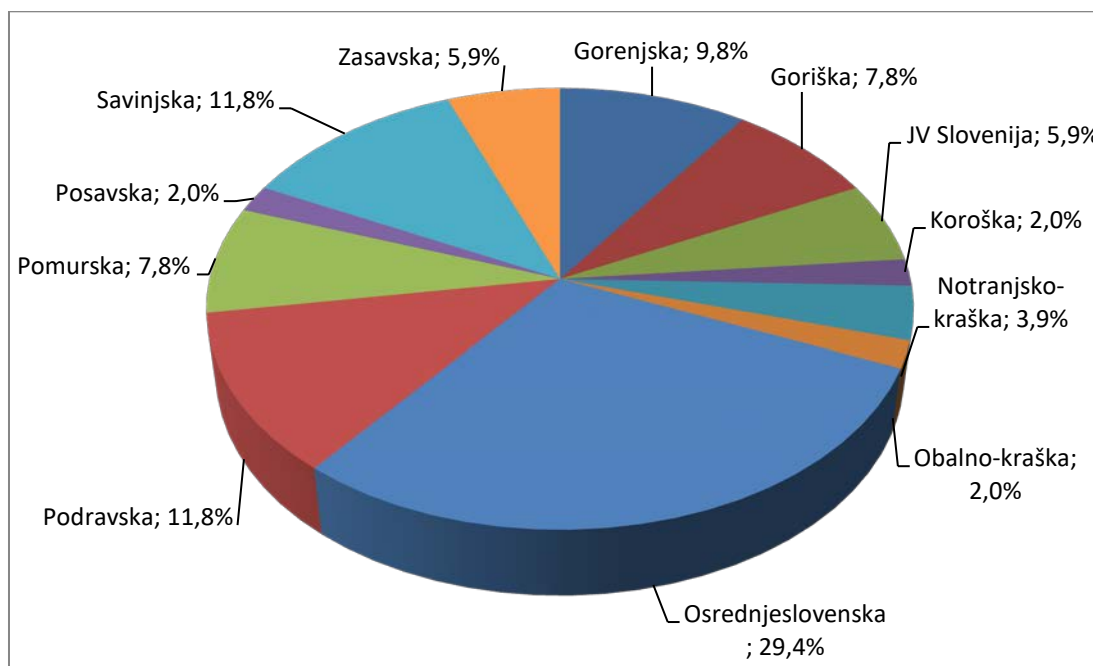
Agencija je posredovala vprašalnike tudi več kot 130 neodvisnim serviserjem z namenom pridobitve podatkov za podrobnejšo seznanitev z delovanjem sektorja servisov motornih vozil ter identifikacijo morebitnih indicev omejevanja konkurence na tem trgu. Servisi so bili izbrani geografsko razpršeno po celotni Sloveniji, relativno glede na velikost posamezne statistične regije.

V sliki 1 je prikazana geografska-regijska razpršenost posredovanih vprašalnikov, v sliki 2 pa je prikaz deležev prejetih odgovorov po regijah. Iz obeh slik je razvidno, da je bil odziv v povprečju geografsko relativno enakomerno razpršen.

Slika 1: Odstotek posredovanih vprašalnikov neodvisnim serviserjem po regijah



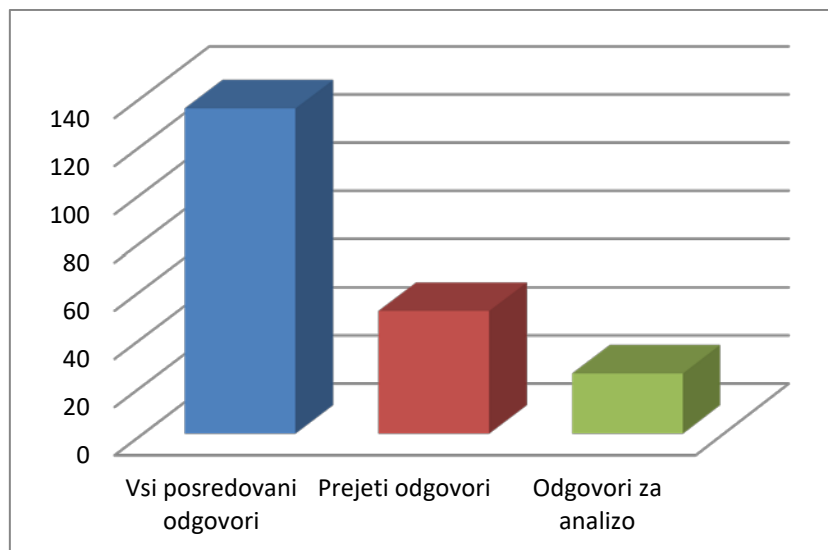
Slika 2: Odstotek prejetih odgovorov s strani neodvisnih serviserjev po regijah



Najbolj odzivni so bili serviserji iz Pomurske regije (80 % odzivnost), najmanj pa iz Obalno-kraške regije (12 % odzivnost). Povprečna odzivnost po regijah je bila 38 %.

Na poziv se je skupaj odzvalo 51 neodvisnih serviserjev, kar predstavlja slabih 38 % vseh pozvanih podjetij. Od tega je 25 neodvisnih serviserjev odgovorilo, da opravljajo tudi servisne storitve na vozilih v času garancije. Ti odgovori so predstavljali osnovo za analizo neodvisnih serviserjev oziroma njihovih morebitnih težav pri izvajanju servisnih storitev v obdobju tovarniške ali pogodbene garancije vozila. Prikaz vseh posredovanih in prejetih odgovorov je v sliki 3.

Slika 3: Pregled posredovanih in prejetih odgovorov



Slika 3 izraža, da je bila odzivnost v povprečju slaba, da pa polovica primernih od vseh prejetih odgovorov vendarle zadošča za pridobitev vpogleda v stališče neodvisnih serviserjev motornih vozil.

Agencija je tako analizirala odgovore 25 neodvisnih serviserjev (oziroma 49 % vseh prejetih odgovorov), ki so izjavili, da opravljajo servisne storitve motornih vozil v garancijski dobi.

4.2 Delež prihodkov servisnih storitev v garancijski dobi glede na vse prihodke

Po navedbah neodvisnih serviserjev relativen delež servisnih storitev v garancijski dobi glede na celotne letne prihodke znaša od 1 % do 30 %, pri čemer pa je najpogostejša navedba **2 % do 5 %** in sicer kar v dveh tretjinah odgovorov. Agencija ugotavlja, da **neodvisni serviserji izvedejo zanemarljiv obseg servisnih storitev osebnih vozil v garancijski dobi**. Kot je Agencija ugotovila že zgoraj, je takšen obseg lahko posledica nejasnih in premalo določenih pogojev za uveljavljanje in veljavnost garancije, ki vpliva na izbiro potrošnikov in tudi ni skladen z Uredbo.

4.3 Razlike med tovarniško in pogodbeno garancijo

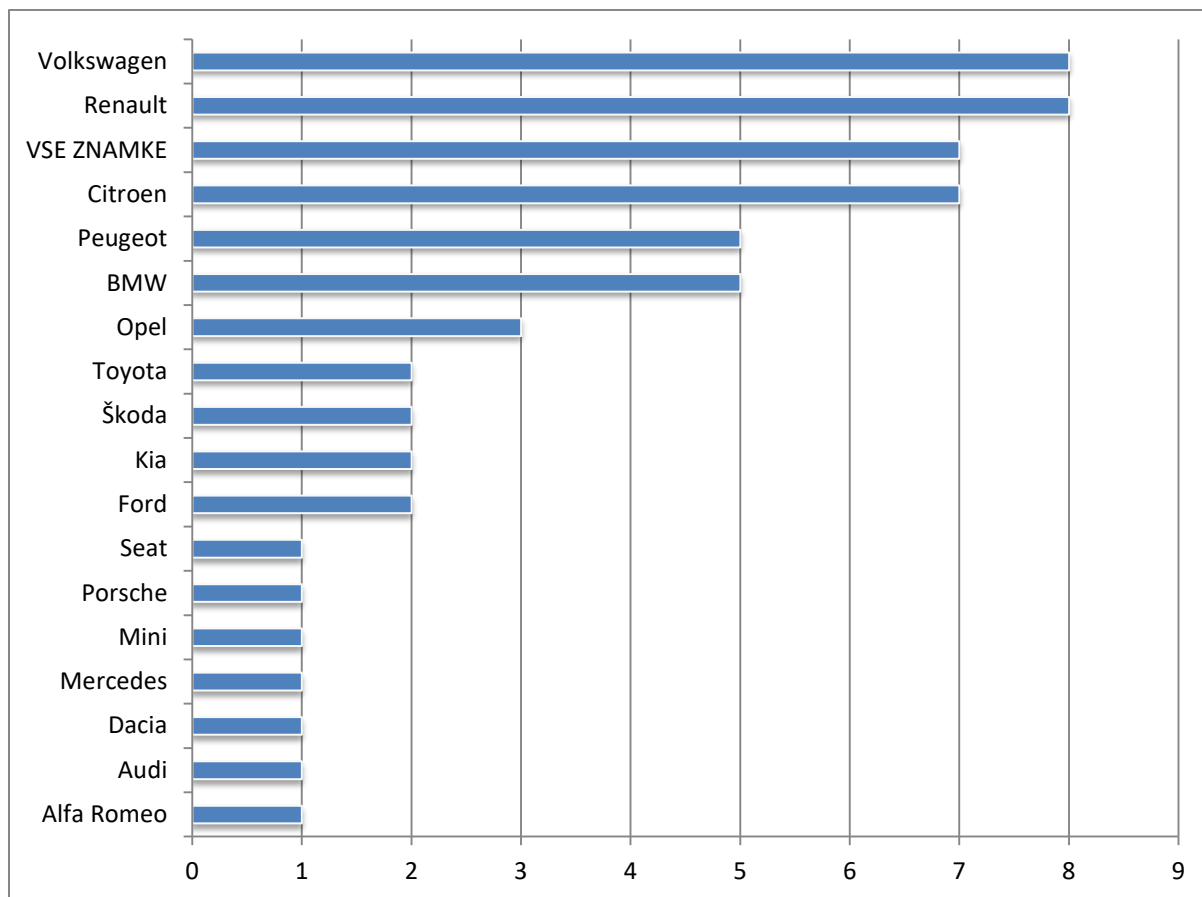
Pri vprašanju razlike med vrstama garancije v procesnem smislu je Agencija na osnovi odgovorov neodvisnih servisov ugotovila, da je nosilec garancije pri tovarniški garanciji proizvajalec, nosilec pri pogodbeni garanciji pa je podpisnik pogodbenik. V vsebinskem smislu glede razlike med garancijama pa so neodvisni servisi odgovorili, da ne obstajajo razlike med izvajanjem posegov iz naslova ohranjanja tovarniške ali pogodbene garancije, zaradi česar Agencija v nadaljevanju ni podrobneje analizirala razlik med zagotavljanjem tovarniške ali pogodbene garancije.

4.4 Najpogostejše znamke, ki jih servisirajo neodvisni serviserji v garancijski dobi

Med navedbami znamk, ki jih servisirajo neodvisni serviserji v garancijski dobi, je 28 % serviserjev odgovorilo, da servisirajo vse znamke vozil v tovarniški garancijski dobi, vendar le 8 % tistih, ki servisirajo vozila tudi v pogodbeni garancijski dobi.

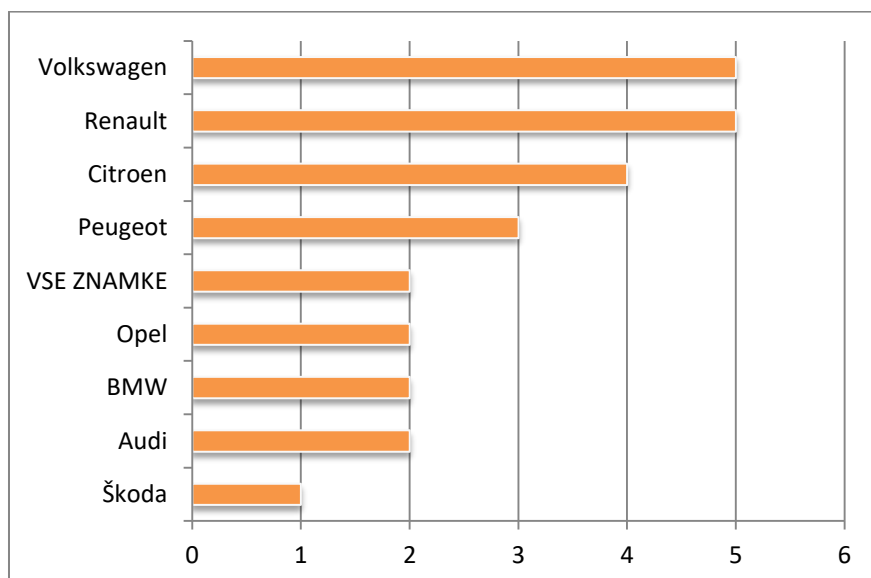
Najpogostejše navedbe znamk, za katerih opravljajo servisne storitve ohranjanja garancije so prikazane v sliki 4 in 5.

Slika 4: Znamke, ki jih neodvisni serviserji najpogosteje servisirajo v tovarniški garanciji



Iz slike 4 je razvidno, da neodvisni serviserji v tovarniški garanciji najpogosteje servisirajo vozila znamke Volkswagen in Renault, sledi pa skupina PSA (Citroen, Peugeot) in BMW. Precej neodvisnih serviserjev (28 %) po njihovih navedbah v tovarniški garanciji pa servisira kar vse znamke vozil.

Slika 5: Znamke, ki jih neodvisni serviserji najpogosteje servisirajo v pogodbeni garanciji



Kot izhaja iz slike 5 tudi pri opravljanju servisnih storitev v pogodbeni garanciji prednjačijo iste znamke kot pri servisiranju vozil v tovarniški garanciji (Volkswagen, Renault, PSA), vendar v manjšem obsegu.

Iz slike 5 je tudi razvidno, da neodvisni serviserji številnih znamk v pogodbeni garanciji ne servisirajo (Toyota, Kia, Ford, Seat, Porsche, Mini, Mercedes, Dacia in Alfa Romeo).

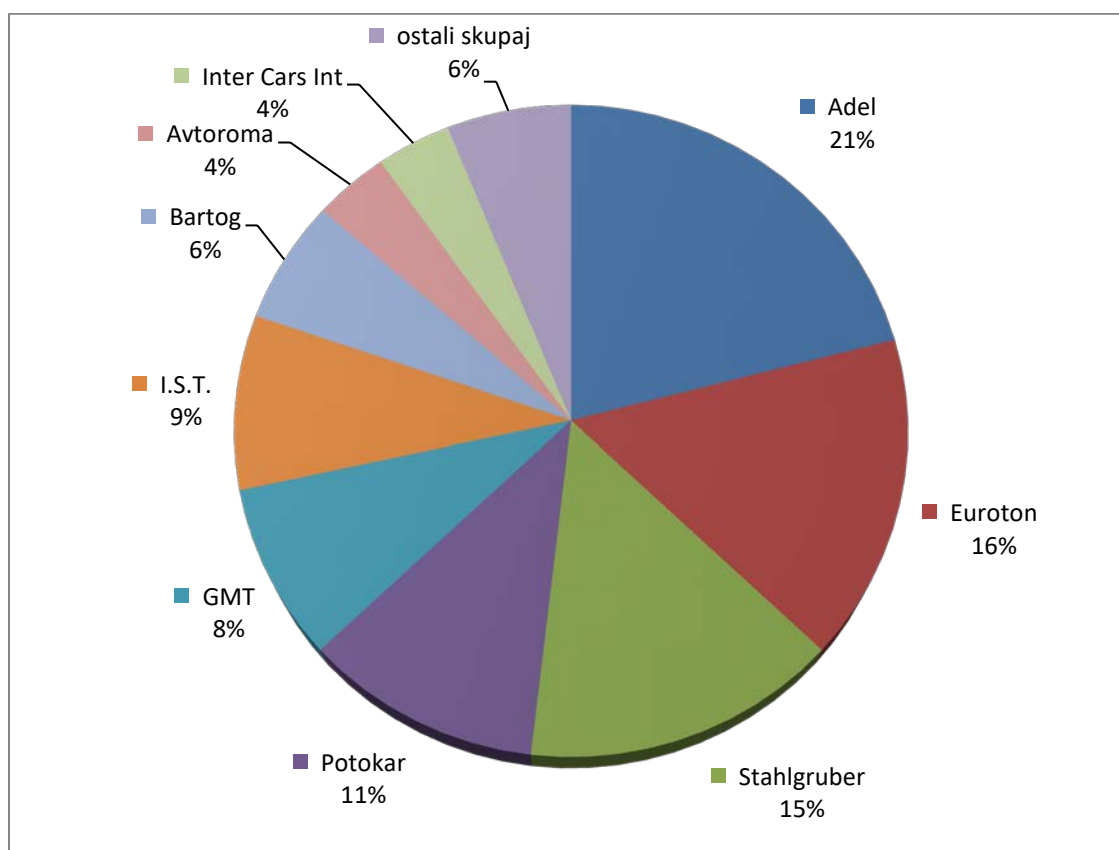
Med znamkami, ki so bile predmet raziskave, a jih nihče od neodvisnih serviserjev, ki so posredovali odgovore, ne servisira v času kakršne koli garancije, so DS, FIAT, HONDA, JEEP, LEXUS, MAZDA, MITSUBISHI, NISSAN, SUZUKI IN VOLVO.

4.5 Dobavitelji rezervnih delov

Med dobavitelje originalnih rezervnih delov so podjetja praviloma navajala zastopnike oziroma pooblaščenec servise osebnih vozil.

Najpogosteje navedene dobavitelje originalom enakovrednih delov pa prikazuje slika 6. Med ostalimi skupaj je pet podjetij, ki so bile v povprečju posamezno omenjene v 1 %. Iz slike 6 je tako razvidno, da so najpomembnejši dobavitelji t.i. neoriginalnih rezervnih delov Adel d.o.o., Euroton d.o.o., Stahlgruber d.o.o. in Potokar d.o.o., ki so bili omenjeni v najmanj 10 % navedb.

Slika 6: Najpogosteje omenjeni dobavitelji originalom enakovrednih nadomestnih delov (vsi d.o.o.)



4.6 Pogoji za priznavanje garancije

Agencija je neodvisne serviserje vprašala, katere pogoje je potrebno izpolnjevati, da proizvajalec prizna ohranitev garancije pri posamezni znamki vozila. Med možnimi odgovori so bili naslednji:

- zahteva po vgradnji originalnih nadomestnih delov,
- zahteva po vgradnji originalnim enakovrednih nadomestnih delov, ki izpolnjujejo pogoje po določeni specifikaciji,
- zahteva po izvedbi servisne storitve po predpisanem postopku,
- zahteva po opravljenem izobraževanju po programu proizvajalca in

e) drugo (opisno).

Odgovori so bili zelo različni in se praviloma **razlikovali pri posamezni znamki oziroma skupini**. Nekateri so namreč navedli, da je pri posamezni znamki ali skupini potrebno obvezno vgrajevati originalne dele, drugi so navedli da je potrebno upoštevati predpisan postopek izvedbe servisa, tretji pa da je potrebno vgraditi originalom enakovredne nadomestne dele po določeni specifikaciji. Ker je bilo možnih odgovorov več, je bilo pri posameznih znamkah več tudi različnih kombinacij odgovorov, ki jih pri posamezni znamki ni mogoče poenotiti.

Le pri odgovorih, kjer so neodvisni serviserji označili, da servisirajo **vse znamke** in da za vse velja isto, se je oblikoval enoten vzorec in sicer so vsi navedli, da je potrebno upoštevati zahtevo po vgradnji originalnim enakovrednih nadomestnih delov, ki izpolnjujejo pogoje po določeni specifikaciji proizvajalca ter zahtevo po izvedbi servisne storitve po predpisanem postopku proizvajalca.

Pri vseh odgovorih je bilo skupno edino dejstvo, da v 90 % nihče ni označil, da bi bilo potrebno opraviti obvezno izobraževanje po programu proizvajalca, da bi opravljena servisna storitev ohranila garancijo vozila.

Podjetja so v nadaljevanju pri dodatnem vprašanju ali imajo predpisane postopke izvajanja servisnih storitev in predpisan obvezen katalog originalnih rezervnih delov na oba vprašanja odgovorili pritrdilno.

4.7 Določanje maloprodajnih cen servisnih storitev

Agencija je neodvisne serviserje povprašala tudi glede oblikovanja maloprodajnih cen (MPC) oziroma ali so neodvisni serviserji pri izvajanju storitev na vozilih v garancijski dobi pri oblikovanju MPC samostojni.

Večina odgovorov je izkazala, da MPC rezervnih delov določa dobavitelj oziroma zastopnik, le v manjšem delu pa da MPC rezervnih delov določijo sami. To pomeni, da razliko v ceni rezervnih delov neodvisni serviserji praviloma ustvarjajo na osnovi rabatov dobavitelja, v manjši meri pa na osnovi marže, ki jo (dodatno) določijo sami.

Po drugi strani ceno servisnih storitev neodvisni serviserji določajo sami.

4.8 Ovire za opravljanje servisnih storitev v garancijski dobi

Med ključnimi vprašanji neodvisnim serviserjem je bilo vprašanje glede morebitnih težav pri kakšni znamki pri dostopu do:

- a) originalnih nadomestnih delov;
- b) aktualnega cenika originalnih nadomestnih delov (spletni neposredni dostop);
- c) kataloga neoriginalnih nadomestnih delov, ki izpolnjujejo določene tehnične specifikacije;
- d) tehnične dokumentacije oz servisnih postopkov;
- e) originalnega orodja / pripomočkov / diagnostičnih naprav;
- f) specialističnih izobraževanj, katerih so deležni pooblaščenih izvajalci servisnih storitev;
- g) do baze znanj (informacij);
- h) drugo (opis).

Večina odgovorov pri tem vprašanju je bilo negativnih, kar pomeni da se večina neodvisnih serviserjev ne srečuje z nobeno od navedenih težav.

Med pritrdilnimi odgovori so bile sicer omenjene nekatere posamezno omenjene težave, vendar pa jih ni mogoče povzeti kot stalno sistemsko kršitev pravil konkurence pri posameznih zastopnikih.

Agencija ocenjuje, da imajo nekateri posamezni neodvisni serviserji težave pri dostopu do zgoraj navedenih atributov, vendar je indikacij premalo, da bi lahko na podlagi prejetih odgovorov ocenili tudi sistemske kršitve konkurenčne zakonodaje. Je pa verjetnost, da neodvisnim serviserjem opravljanje servisnih storitev vozil v garancijski dobi predstavlja finančno in organizacijsko večjo obremenitev kot podjetjem v mreži pooblaščenih servisov, precej velika.

4.9 Kritje stroškov okvare neoriginalnega nadomestnega dela

Neodvisnim serviserjem je bilo zastavljeno tudi vprašanje, kdo je dolžan kriti stroške okvare vgrajenega neoriginalnega nadomestnega dela, pri čemer garancija z vgradnjo le-tega ni bila prekinjena in ali lahko stranka tak del zamenja pri pooblaščenem servisu z uveljavljanjem garancije ali mora ta del nujno menjati prvotni izvajalec, v tem primeru neodvisni serviser, ki je del vgradil.

Anketirana podjetja so vsa odgovorila enako in sicer da garancijo neoriginalnega nadomestnega dela stranka uveljavlja pri izvajalcu opravljene storitve. Stroške storitve krije servis, ki je storitev opravil, nadomestni del krije prodajalec po opravljenem pregledu okvarjenega nadomestnega dela. Garancijo za vgrajen del izven pooblaščen mreže stranka ne more uveljavljati pri pooblaščenem servisu.

4.10 Primeri zavračanja uveljavljanja garancije

Agencija je neodvisne serviserje pozvala k posredovanju oziroma opisu konkretnih primerov težav pri uveljavljanju garancije njihovih strank, ki so servisirala vozilo v garanciji na njihovem servisu, kasneje pa pri zastopniku ali pooblaščenem zastopniku uveljavljala garancijo za drugo napako, ki se odpravlja je v garancijski dobi na račun proizvajalca.

Odgovori neodvisnih serviserjev so bili praviloma negativni, navedenih pa je bilo nekaj posameznih primerov, ko so zastopniki zavrnilo garancijo, ker je bilo vozilo servisirano izven servisne mreže proizvajalca oziroma ni bilo servisirano na pooblaščenem servisu.

4.11 Druge navedbe neodvisnih serviserjev

Med drugimi navedbami so neodvisni serviserji omenili da:

- stranke v veliki večini sploh ne vedo, da lahko servisirajo svoja vozila v garanciji pri nepooblaščenih serviserjih, ravno zaradi zavajanja kupcev;
- največjo konkurenco delajo mehaniki, kateri delajo dopoldan v pooblaščenih servisih, popoldan pa doma servisirajo vozila »na črno«. V službi pridejo do brezplačnega znanja in informacij. V določenih trgovinah z rezervnimi deli dobijo material po nižji nabavni ceni kot neodvisni serviser (pogodbeni kupec). Stranki lahko opravijo servis po veliko nižji ceni kot neodvisni serviser. Tudi servisno oz. digitalno knjigo potrdijo v službi.
- v veliki meri vsi prodajalci novih vozil, ne glede na znamko, izpostavljajo potrebo po servisnih storitvah pri pooblaščenih servisih in kupce zavajajo, češ da garancija velja in jo ohranjajo skozi celotno obdobje samo v primeru, da stranka servisira pri pooblaščenem serviserju in nikakor ne pri drugih serviserjih. Razlika v ceni med pooblaščenim in neodvisnim serviserjem naj bi lahko pri določenih posegih bila tudi 100 % in več.

4.12 Povzetek

Agencija ugotavlja, da neodvisni servisi v povprečju opravijo zelo malo servisnih storitev v garancijski dobi, saj se lastniki vozil redko odločajo za servisiranje pri nepooblaščenem servisu, predvsem zaradi strahu pred nezmožnostjo naknadnega uveljavljanja garancije pri pooblaščenem serviserju ali zastopniku pa tudi zaradi slabše informiranosti o tej možnosti.

Nekateri neodvisni servisi, ki opravljajo servisne storitve na vozilih v garancijski dobi, imajo nekaj izkušenj z zavračanjem garancije njihovim strankam, ki niso opravile (vseh) rednih servisov pri pooblaščenem servisu. Primeri so sicer redki in jih ni mogoče pripisati določeni znamki ali zastopniku, kar pa še ne pomeni, da tovrstni dogodki ne obstajajo. Po mnenju Agencije lahko na nizek delež vpliva tudi nejasnost pri pogojih garancije pri nekaterih proizvajalcih, ki negativno vpliva na možnost izbire potrošnikov, čeprav je takšna možnost izbire zagotovljena z Uredbo.

5 OCENA DEJAVNIKOV TVEGANJA OMEJEVANJA KONKURENCE

5.1 Stopnja koncentracije trga

Iz prejetih podatkov Agencija ugotavlja, da je trg močno razpršen in da obstaja nizka stopnja koncentracije trga. Tako servisna mreža pooblaščenih servisov kot nepooblaščenih servisov sta tako po znamkah kot geografsko enakomerno razpršeni. Koncentracija vseh servisov je večja v urbanih okoljih, kjer je hkrati večja koncentracija pooblaščenih servisov, medtem ko je na periferiji več neodvisnih servisov. Agencija zaključuje, da na trgu ponudbe servisov motornih vozil v splošnem ne zaznava pomanjkanja konkurence.

5.2 Vstopne ovire

5.2.1 Ustanovitev podjetja

Agencija je preverila postopek ustanovitve podjetja, ki se bo ukvarjalo s servisnimi storitvami motornih vozil.

Najprej je potrebno opraviti postopek za ustanovitev podjetja, pri čemer se je najprej potrebno odločiti za poslovno obliko podjetja, ki najbolj ustreza posameznemu podjetniku. Najpogostejše oblike so družba z omejeno odgovornostjo (d. o. o.) ali samostojni podjetnik (s. p.). Podjetje lahko hitro in brezplačno ustanovimo od doma na portalu e-VEM.⁹

Da bo avtomehanična delavnica obratovala ustrezno, je potrebno pri ustanovitvi podjetja registrirati ustrezne dejavnosti. Te se izbirajo iz Standardne klasifikacije dejavnosti (2008) in so razvrščene po šifrah. Avtomehanična delavnica zahteva registracijo dejavnosti s šifro G45.200 (Vzdrževanje in popravila motornih vozil). Med vzdrževanje in popravila motornih vozil sodijo naslednje dejavnosti:

- mehanična popravila,
- električna popravila,
- popravila elektronskega vžiga motornih vozil,
- redno servisiranje motornih vozil, popravilo karoserij,
- popravilo delov motornih vozil, tudi sedežev,
- ličenje vozil,
- popravilo vetrobranskih stekel in oken,
- popravilo, montaža in zamenjava zračnic in plaščev, uravnoteženje koles.

Če bo podjetje poleg popravil motornih vozil prodajalo še rezervne dele ali opremo, ki jo ni samo proizvedlo, mora registrirati tudi dejavnost trgovine – G45.320 (Trgovina na drobno z rezervnimi deli in opremo za motorna vozila).

V primeru, da bo podjetje rezervne dele in opremo za motorna vozila prodajalo drugim avtomehaničnim delavnicam, je pri registraciji podjetja potrebno morali vključiti šifro G45.310 (Trgovina na debelo z rezervnimi deli in opremo za motorna vozila). Če pa bo po naročilih strank vgrajevalo rezervne dele ali drugo opremo v razna motorna vozila, pa je potrebno registrirati še dejavnost G47.990 (Druga trgovina na drobno zunaj prodajaln, stojnic in tržnic).

Za opravljanje nekaterih dejavnosti je potrebno obrtno dovoljenje, za pridobitev obrtnega dovoljenja pa glede na dejavnost specifično izobrazbo. Pogoji za pridobitev obrtnega dovoljenja so navedeni v Obrtnem zakonu. Posameznik lahko pridobi dovoljenje, če ima ustrezno poklicno ali strokovno izobrazbo ustrezne smeri ali opravljeno ustrezno nacionalno poklicno kvalifikacijo. Dovoljenje lahko pridobi tudi oseba, ki je omenjeno dejavnost že opravljala.

Vloga za pridobitev obrtnega dovoljenja se lahko vloži na portalu e-VEM, na točki Vem ali pri Obrtno-podjetniški zbornici Slovenije oziroma pri območni obrtno-podjetniški zbornici po sedežu predlagatelja.¹⁰

⁹ Vir: Slovenska poslovna točka (SPOT): <http://evem.gov.si/info/zacenjam/zelim-ustanoviti-podjetje/>.

¹⁰ Data.si: <https://data.si/blog/2017/07/09/avtomehanicna-delavnica/>.

Podjetje za opravljanje avtomehanične delavnice poleg znanja potrebuje tudi ustrezen poslovni prostor (delavnico) in specifična orodja.

5.2.2 Dostop do specialističnih znanj

Poleg finančnega vložka v prostor in opremo je lahko znatna ovira dostop do tehničnih informacij in tehničnih izobraževanj, ki so potrebne za kakovostno opravljanje servisnih storitev. Slednje se je izkazalo za znatno oviro v primeru postopka Agencije proti podjetju znamke Renault Nissan Slovenija d.o.o. kot zastopniku znamke vozil Renault. Agencija je z odločbo v letu 2018 namreč ugotovila, da je zastopnik neodvisnim serviserjem vozil oteževal in onemogočal dostop do tehničnih informacij in tehničnih izobraževanj, ki so potrebne za kakovostno izvajanje storitev popravil in vzdrževanja vozil. S tem je zastopnik neodvisne serviserje v primerjavi s pooblaščenimi serviserji postavljala v konkurenčno slabši položaj ter tako uporabljal neenake pogoje za primerljive posle z drugimi sopogodbentiki, s čimer so bili sopogodbentiki postavljeni v konkurenčno slabši položaj, kar naj bi predstavljalo zlorabo prevladujočega položaja.

Zastopniki praviloma navajajo, da ne otežujejo dostopa do specialističnih izobraževanj, so pa po navedbah neodvisnih serviserjev veliko finančno breme.

6 ZAKLJUČKI

Glede na pretekle izkušnje Agencije, ko je po prijavi nekaterih neodvisnih servisov uvedla postopke ugotavljanja omejevanja konkurence na trgu servisiranja motornih vozil proti podjetjema Hyundai Avto Trade d.o.o. in Renault Nissan Slovenija d.o.o., je Agencija preverila tudi obnašanje drugih znamk oziroma zastopnikov in poizkusila pridobiti podrobnejše informacije s strani neodvisnih serviserjev in je zato posredovala zahteve za posredovanje podatkov tako zastopnikom posameznih znamk kot tudi večjemu številu neodvisnih servisov.

Pooblaščenimi zastopniki in generalni uvozniki so na vprašalnike odgovarjali celovito, medtem ko se večina neodvisnih servisov povečini ni odzvala na poziv Agencije. Tisti neodvisni servisi, ki so na vprašalnik odgovorili, so pogosto odgovarjali nejasno in v nekaterih primerih celo z medsebojno izključujočimi odgovori. Agencija ocenjuje, da se neodvisni serviserji niso poglobili v vprašalnik in da so povečini odgovarjali zaradi občutka obveznosti.

Agencija ugotavlja, da neodvisni servisi v povprečju opravijo zelo malo servisnih storitev v garancijski dobi (tovrstni servisi v povprečju predstavljajo 2 do 5 % prihodkov), saj se lastniki vozil redko odločajo za servisiranje pri nepooblaščenem servisu, čemur po mnenju Agencije predvidevamo botruje tako strah lastnikov vozil pred nezmožnostjo naknadnega uveljavljanja garancije pri pooblaščenem serviserju ali zastopniku kot tudi slabša informiranosti o tej možnosti. Proizvajalci vozil z nejasno ali celo zavajajočo dokumentacijo (servisna knjižica, izpis garancijskih pogojev) lastnikom ne nudijo dovolj jasnih in pravih informacij o načinu vzdrževanja garancije in poudarjajo potrebo po servisiranju vozila na pooblaščenem servisu kot pogoj za uveljavljanje garancije, zaradi česar se bo Agencija posvetila zaznamim anomalijam.

Neodvisni servisi sicer množično ne poročajo o dejanskih zavračanjih garancij zaradi servisiranja vozila na nepooblaščenem servisu, kar pa še ne pomeni, da omejevanja konkurence na tem trgu ni. Nekaj zbranih primerov vendarle kaže na to, da na tem trgu obstajajo pritiski zastopnikov in pooblaščenih servisov na neodvisne servise na način nepriznavanja garancije njihovim strankam po opravljeni servisni storitvi na neodvisnem servisu. Rezultat je izrazito neuravnoteženo izvajanje servisov v garancijski dobi pri pooblaščenih glede na neodvisne serviserje. Možno je sicer razumeti višjo stopnjo zaupanja v kakovost izvedenih servisnih storitev pri pooblaščenih servisih proizvajalcev vozil, vendar pa Agencija ocenjuje, da se večina lastnikov vozil niti ne zaveda možnosti opravljanja servisa v garancijski dobi tudi na neodvisnem servisu.

Agencija se bo glede na ugotovitve v tej sektorski raziskavi osredotočila na dosledno izvrševanje določb Uredbe ter zagotavljanje jasnih in nedvoumnih pogojev za uveljavljanje in veljavnost garancij. Prav tako se bo posvetila zaznamim praksam, ki bi lahko vplivale na omejitve izbire potrošnikov pri

servisiranju avtomobilov, bodisi glede pooblaščenih/nepooblaščenih serviserjev bodisi glede izbire med originalnimi/neoriginalnimi deli iste kakovosti pri servisiranju vozil. Agencija bo opravila še dodatne preglede in pri zaznanih anomalijah in se pri morebitnih zaznanih neskladjih pri ravnanjih udeležencev v sektorju servisiranja in vzdrževanja vozil zavzela za dosledno spoštovanje pravil Uredbe.