



De Monti wetgeving

Het traditionele autodealerbedrijf, waarbij de bedrijfsactiviteiten een logisch gevolg waren van het merkkanaal, lijkt verleden tijd. Worden auto's in de toekomst verkocht via een concept van keuzeoptimalisatie? Verkoop van merken en typen door geconcentreerde presentatie op een beperkt aantal plaatsen in het land? Kans of bedreiging; bent u er klaar voor?

Consumentenbescherming

Doel van de Monti wetgeving is consumentenbescherming. Het schrijft de autobranche voor aan welke concurrentieregels de bedrijfskolom zich dient te houden. Multibranding is hierdoor nu vrij.

Herijking

De reguliere mededingingswetgeving is niet van toepassing op de autobranche. In Europees verband is voor de autobranche daarom aanvullende regelgeving opgesteld rond en scheiding aangebracht tussen sales, aftersales (onderhoud) en de onderdelenverkoop. In oktober 2002 werd deze als Monti wetgeving bekend geworden regelgeving (officieel: Verordening (EG) Nr. 1400/2002 (BER) The Automotive Block Exemption Regulation van de commissie van 31 juli 2002), van kracht. De uitwerking ervan is in opdracht van de Europese Commissie in de jaren 2006-2008 nader geëvalueerd. De conclusies hiervan vormen de basis voor de herijking van het framework. Dit zal in 2010 plaatsvinden. In de praktijk lijkt de beoogde invloed van Monti op de bedrijfsvoering van bedrijven binnen de autobranche om uiteenlopende redenen zo'n vaart (nog) niet te lopen.