

## REACTIE RAI AFTERMARKET DISCUSSIONOTITIE MEDEDINGINGSBELEID IN RELATIE TOT ONLINE PLATFORMEN

Amsterdam, 2 februari 2019

### I. INLEIDING

Digitale technologieën veranderen de manier waarop we leven, de manier waarop we werken en onze mobiliteit. De *'connected car'* als onderdeel van het *'internet of things and services'* wordt een deel van onze dagelijks digitaal aangesloten mobiliteit.

Het is belangrijk dat eerlijke en gelijkwaardige digitale kansen gecreëerd worden voor alle dienstverleners in de automobiel industrie. De totale waardeketen rond de auto moet "digitaal kunnen gaan". Markten voor voertuigverkoop, verhuur en leasing, pechhulp, testen en periodieke inspectie, onderhoud en reparatie, testapparatuur, vervangende onderdelen en smeermiddelen helpen allemaal om voertuigen 'veilig op de weg' te houden. Zorgen voor een gelijk speelveld op basis van gelijke digitale kansen voor al deze spelers is daarbij van vitaal belang om de kansen voor de ontwikkeling van innovatieve concurrerende diensten te optimaliseren, die uiteindelijk de consument en de maatschappij ten goede komen.

In de EU zijn deze mobiliteitsmarkten (inclusief leasing en verhuur, wagenparkbeheer, verzekerings- of mobiliteitsdiensten) goed voor meer dan 500.000 bedrijven. Die rechtstreeks ongeveer 4,7 miljoen mensen in dienst hebben<sup>1</sup>. Deze bedrijven bieden een veilige en milieuvriendelijke, competitieve en betaalbare mobiliteitsoplossing aan 285 miljoen voertuigeigenaren, chauffeurs en exploitanten in de EU, gedurende de hele levensduur van het voertuig.

In Nederland behartigt RAI Vereniging de belangen van 700 fabrikanten en importeurs van personenauto's, vrachtwagens, aanhangwagens en opleggers, carrosserieën en speciale voertuigen, motorfietsen en scooters, bromfietsen en fietsen, alsmede leveranciers van onderdelen en garage-uitrusting.

RAI Aftermarket is de sectie van RAI Vereniging die 90% van de toonaangevende Nederlandse automotive aftermarket bedrijven vertegenwoordigt. Met een totale marktomvang van ongeveer € 2 miljard. RAI Aftermarket ondersteunt, behartigt en vertegenwoordigt de gemeenschappelijke belangen van de leden. Vraagt aandacht voor gelijkwaardige kansen en eerlijke mededinging voor merk onafhankelijke reparatie, onderhoud en dienstverleners.

---

<sup>1</sup> GEAR 2030 High Level Group on the Competitiveness and Sustainable Growth of the Automotive Industry in the European Union FINAL REPORT - 2017 DG GROW – Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. " (...) more than 4,3 million people are employed in the wider 'Automobile Use' (dealers, repairers and aftermarket service providers)," , p. 7, footnote 1.

Om hierin succesvol te zijn is RAI Aftermarket actief op het gebied van wet en regelgeving, marktinformatie en netwerken. Zowel op nationaal niveau als op EU-niveau. RAI Aftermarket werkt samen met de Europese Koepelorganisatie FIGIEFA (Independent Automotive Distributors) en AFCAR (Alliance for the Freedom of Car Repair and services in Europe). RAI Aftermarket zet zich in voor maximale flexibiliteit, innovatie en keuzevrijheid voor alle mobiliteitsgebruikers. Zowel voor consumenten als voor fleetowners.

## II. UITDAGINGEN BINNEN HET MEDEDINGINGSRECHT

### 1. In hoeverre bent u van mening dat de principes van het mededingingsrecht voldoende flexibel zijn om ook met nieuwe uitdagingen door digitalisering om te kunnen gaan?

RAI Aftermarket is van mening dat de beginselen die zijn vastgelegd in de artikelen 101 en 102 van het Verdrag betreffende de werking van de EU (VWEU) voldoende flexibel zijn om nieuwe uitdagingen als gevolg van digitalisering het hoofd te bieden. De huidige instrumenten maken een passende actie van de mededingingsautoriteiten op dit moment mogelijk, mits de toepassing van de beginselen van het mededingingsrecht wordt aangepast aan de concurrentiële realiteit van digitale markten. Digitalisering dwingt mededingingsautoriteiten om hun focus te verruimen. Van het handhaven van effectieve concurrentie *binnen* een markt, tot het mogelijk maken van effectieve concurrentie *om* een markt en handhaving daarvan. In dit verband moeten mededingingsautoriteiten extra aandacht besteden aan partijen die poortwachters zijn van markten waarop zij zélf concurrenten zijn. Dit kan een vorm van dominantie creëren die gemakkelijk markten kan afschermen. Zodat alleen diegenen kunnen profiteren die momenteel de toegang tot de data 'controleren' (ondanks dat deze entiteiten zelf niet de eigenaar zijn van deze data). In dit opzicht kan bijvoorbeeld de toepassing van de 'doctrine van essentiële faciliteiten ('*essential facilities*')' een belangrijke rol spelen.

Controle en handhaving is niet alleen mogelijk, het is ook vereist, zoals uitgelegd in een praktisch voorbeeld in het antwoord van vraag 2 hieronder. De ontwikkelingen gaan snel en er is niet veel tijd om volledig nieuwe juridische concepten te ontwerpen. Op korte termijn zou de mededingingsautoriteit richtsnoeren kunnen opstellen om de toepassing van de mededingingswetgeving met betrekking tot de toegang tot '*door machine-gegenereerde data*' (hierna meer hierover) toe te lichten, om daarmee marktpartijen meer duidelijkheid te verschaffen en onomkeerbare uitsluiting van aftermarkten te voorkomen. Bovendien zouden meer gedetailleerde richtsnoeren kunnen worden opgesteld op EU-niveau, met name voor de aftermarkt voor motorvoertuigen, om de voorwaarden te verduidelijken die voor concurrentie op reparatie-, onderhouds- en mobiliteitsdiensten vereist zijn.

Hoewel aanvullende juridische instrumenten op langere termijn van nut kunnen zijn

(bijvoorbeeld een verschuiving van de bewijslast naar de dominante speler en heldere regels creëren die mededingingsautoriteiten in staat stellen proactief het bestaan van een gelijk speelveld te bewaken door toegangsbelemmeringen te verbieden), is RAI Aftermarket van mening dat de huidige instrumenten al passende maatregelen van de mededingingsautoriteiten mogelijk maken en dat er ook een noodzaak bestaat om maatregelen te nemen.

## **2. Zijn er nieuwe uitdagingen voor het mededingingstoezicht die niet de discussienotitie worden genoemd?**

Door digitalisering wordt het economische belang van concurrentie-essentiële data steeds duidelijker. Of het nu in de negatieve zin is vanwege bedrijven die de concurrentie belemmeren door geen data te delen of in positieve zin als bron voor nieuwe bedrijfsmodellen<sup>2</sup>. In de discussienota ligt de nadruk op persoonlijke data<sup>3</sup>, maar de impact op de mededinging tussen dienstverleners onderling als gevolg van machine-gegenereerde data wordt niet bestreken.

Een reeks studies<sup>4</sup> benadrukte dat in het tijdperk van "*Internet of Things (IoT)*", innovatie plaatsvindt wanneer nieuwe softwaresystemen worden ontworpen en geïmplementeerd die gebruik maken van onbeperkte toegang tot onbewerkte ('raw') data en wanneer interoperabiliteit is gewaarborgd. In een rapport van McKinsey van 2015<sup>5</sup>, getiteld "Unlocking the potential of IoT", staat vermeld:

*"The real value of IoT applications comes from analyzing data from multiple sensors and making decisions based on those data."*

*"Interoperability is required to capture nearly 40 percent—and in some cases, 60 percent—of the total potential of IoT."*

*"Using real-time data to predict and prevent breakdowns can reduce downtime by 50 percent."*

Een van de laatste Commissie-onderzoeken die EVERIS<sup>6</sup> in april 2018 uitvoerde over

---

<sup>2</sup> Zie Graef, I. (2016), Data as an essential facility, Competition and Innovation on Online Platforms

<sup>3</sup> Bijvoorbeeld met betrekking tot procedures van het verzamelen van data van gebruikers om daarmee zelflerende algoritmen te verbeteren.

<sup>4</sup> Bijvoorbeeld:

- „Big data and B2B digital platforms: the next frontier for Europe’s industry and enterprises. Recommendations of the Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship”, april 2016, Ares (2016) 4935147 – 02/09/2016

- McKinsey Global Institute: “Unlocking the potential of IoT – Mapping the Value beyond the Hype”, juni 2015

- Oliver Wyman: “Digital Industry – The True Value of Industry 4.0” 2016 showing that i.a. algorithms are needed to predict future demand from customers.

- Oliver Wyman: “Perspectives of Manufacturing Industries” 2016

<sup>5</sup> McKinsey Global Institute: “Unlocking the potential of IoT – Mapping the Value beyond the Hype”, Juni 2015, p. 104, en p. 1

<sup>6</sup> EVERIS Study Report commissioned by the EU Commission on “Data sharing between companies in Europe”, april 2018 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/findings-commission-funded-study-data-sharing-companies-europe>

de economische voordelen van het delen van B2B-data bevestigde het cruciale belang van toegang tot real-time of geo-gelocaliseerde door machine-gegenereerde data. Zowel voor het creëren van nieuwe zakelijke kansen als voor de ontwikkeling en transformatie van bestaande activiteiten.

Digitalisering brengt dus ongekende kansen met zich mee die voortvloeien uit machine-gegenereerde data. Een praktisch voorbeeld van de impact van machine-gegenereerde data op concurrentie is de *'connected car'*. In de automobielsector genereren het voertuig en zijn systemen en sensoren de basis voertuig- en rijgerelateerde gemeten (onbewerkte) data/waarden. Deze door de machine gegenereerde data zijn agnostisch<sup>7</sup>.

Voor een uitgebreid overzicht verwijzen we naar de **BIJLAGE 1**: memo van FIGIEFA, *"Shaping Competition policy in the era of digitalisation"*.

Wat heeft digitalisering veranderd? Decennia lang moesten werkzaamheden aan het voertuig stationair worden uitgevoerd in een werkplaats (bijvoorbeeld het uitlezen van diagnose). Maar nu kan dat op afstand worden gedaan, terwijl de auto rijdt en digitaal aangesloten is, in nauwe samenwerking met de bestuurder voor een veilige en betrouwbare uitvoering. Deze toegang op afstand maken ook analyses mogelijk van dynamisch gegenereerde voertuiggegevens. Die bestonden nog niet toen het voertuig alleen stilstaand in de werkplaats uitgelezen kon worden. Deze nieuwe vormen van data creëren een veelvoud aan nieuwe kansen om huidige bedrijfsmodellen uit te bouwen en om nieuwe te ontwikkelen en te implementeren. De hedendaagse *'connected cars'* evolueren in een mobiel computernetwerk - bestaande uit actoren, sensoren en elektronische regeleenheden - dat zowel intern, als met de bestuurder én de buitenwereld communiceert. Dit zijn mogelijk andere auto's, infrastructuur langs de weg of servers van andere service providers. Dit biedt in toenemende mate nieuwe manieren van interactie met de consument/bestuurder (via apps, touchscreens of spraakbesturing). De directe toegang tot machine-gegenereerde data maken ook real-time diagnostiek en prognostiek mogelijk, evenals big data-analyse van en voor de auto.

---

<sup>7</sup> Volgens de rechtsleer in de EU zijn deze gegevens niet "eigendom" van wie dan ook, aangezien zij juridisch gezien niet in aanmerking komen voor algemeen data eigendom. Door voertuigen gegenereerde data genieten eenvoudigweg geen intellectuele eigendomsbescherming, omdat ze noch als creatieve resultaten van menselijk werk, noch als gestructureerde databases, noch als computersoftware of als een octrooi kunnen worden gekwalificeerd. Niemand is eigenaar van dergelijke gegevens. Deze conclusie wordt ook door de Europese Commissie gedeeld met alle EU-lidstaten: *"Under the law of different Member States, legal claims are applied to data only when that data meets specific conditions for it to qualify, for instance, as an intellectual property right, database right or a trade secret."* Cf. Commission Communication on a "European Data Economy" of January 2017 and Legal Study on Ownership and Access to Data" prepared by Osborne Clark Law Firm for the European Commission DG Communications Networks, Content & Technology, 2016, 164 bladzijden.

Concurreren voor de *'connected consumer'* op de aftermarket betekent het vermogen om nieuwe 'slimme' functionaliteiten en diensten aan te bieden in nieuwe ecosystemen. Op data gebaseerde, rij-gerelateerde functionaliteiten die gepersonaliseerde schema's mogelijk maken en mobiliteit in de ruimste zin bevorderen. Zoals mobiliteitsdiensten, parkeerdiensten, digitaal aangesloten navigatie, gepersonaliseerde autoverzekeringen, remote en meer voorspellende diensten na-verkoop op het gebied van reparatie en onderhoud. Het biedt brede mogelijkheden voor het creëren van toegevoegde waarde en voor nieuwe marktkansen, gebaseerd op real-time door het voertuig gegenereerde data. De *'connected consumer'* verwacht ook meer voorspellende informatie over de 'gezondheidsstatus' van zijn voertuigen. Of een waarschuwing vóórdat een probleem zich voordoet om zo een storing en stilstand te voorkomen. Monitoring op afstand en *'prognostics'* zijn vereist om het hoogste niveau van betrouwbaarheid en voorspelbaarheid te garanderen. Algoritmen op basis van deze machine-gegenereerde data en de daaruit resulterende datasets, vormen het fundament voor innovatie in de nieuwe en steeds belangrijker wordende (prognostische) digitale bedrijfsmodellen.

Het bieden van de beste en het meest concurrerende niveau van mobiliteitsdienstverlening, zou bepalend moeten zijn voor de concurrentie in het digitale tijdperk. Echter, de mogelijkheid om digitale diensten en producten met toegevoegde waarde aan te kunnen bieden, hangt af van directe toegang tot real-time in het voertuig gegenereerde data en -functies.

Directe toegang tot door het voertuig gegenereerde, real-time in-vehicle (onbewerkte) data is essentieel om mededinging door onafhankelijke leveranciers in de aftermarket van *'connected cars'* mogelijk te maken. Poortwachters naar deze essentiële data zijn de voertuigfabrikanten, die verticaal geïntegreerd zijn en concurreren met onafhankelijke serviceaanbieders op de aftermarket. Momenteel gebruiken verticaal geïntegreerde voertuigfabrikanten het *ontwerp* van hun *'connected cars'* om - de facto – de toegang tot en de kwaliteit van data (potentieel) te monopoliseren om zo de volledige controle over de downstream-markt te hebben.

Terwijl voertuigfabrikanten zelf beschikken over volwaardige telematicasystemen, stellen zij voor om aan derden toegang tot voertuigdata te verlenen via de zogenaamde "**Extended Vehicle (ExVe)**". Het 'ExVe'-systeem verleent alleen toegang tot kleine data-silo's, het introduceert een aanzienlijke vertraging en beperkingen van datasets die veel competitieve diensten onmogelijk maken. Tevens schrijft het 'ExVe'-systeem voor dat details van de klant en van de door de onafhankelijke marktpartij aangeboden service aan de voertuigfabrikant bekend worden gemaakt. Met als resultaat dat door de technische 'ExVe'-architectuur *alle* momenteel in de markt actieve onafhankelijke partijen afgesloten worden van directe (remote) toegang tot real-time voertuigdata. Terwijl zij tegelijkertijd hun klanten en dienstverlening bekend moeten maken aan hun dominante concurrent. Daardoor worden de bedrijfsmodellen van onafhankelijke aanbieders in de markt van

mobiliteitsproducten en diensten afhankelijk van, en gecontroleerd door, hun directe concurrent. Auto bestuurders/consumenten worden 'opgesloten' ('locked-in') in een 'digitaal ecosysteem' dat volledig onder controle staat van de voertuigfabrikant.

Onnodig te zeggen dat elke vertraging tot het verschaffen van adequate toegang tot deze machine-gegenereerde data in het voertuig in het belang is van de voertuigfabrikant. Die de toegang van tot de aftermarket volledig controleert en een voorsprong verkrijgt in de nieuwe digitale wereld van op data gebaseerde diensten en deze verder ontwikkelt en implementeert. Zo worden onafhankelijke aanbieders van mobiliteitsproducten en -diensten op aanzienlijke achterstand gezet.

In een steeds meer gedigitaliseerde automobielsector begint concurrentie en innovatie in het voertuig. Waar de datakwaliteit en het vermogen om te communiceren met de elektronische systemen in de auto en met de bestuurder de kwaliteit van de service bepalen. Beide worden een '*essential facility*' voor concurrerende diensten rondom de auto. Dit voorbeeld laat zien hoe essentieel het delen van machine-gegenereerde data is voor de goede werking van de mededinging in het digitale tijdperk.

Mededingingsautoriteiten behoren te erkennen dat de gewijzigde omstandigheden de noodzaak creëren om concurrentie mogelijk te maken door directe toegang tot machine-gegenereerde data. Zij moeten de handhaving van de huidige instrumenten en mededingingsregels intensiveren, in het licht van deze nieuwe realiteit.

### **3. Wat hebben mededingingstoezichthouders nodig om ook online te kunnen handhaven?**

De waardeketen van de aftermarket bestaat uit het bieden van een competitieve keuze aan voertuigeigenaren en fleetowners. Voorwaarde voor duurzame en effectieve concurrentie vereist directe toegang tot real-time machine-gegenereerde data en directe interactie met het voertuig, evenals rechtstreekse communicatie met de eindgebruiker, de uiteindelijke klant.

Mededingingsautoriteiten zouden zich ervan bewust moeten zijn dat het weigeren van adequate toegang - en iedere vertraging bij het verschaffen daarvan - alleen in het belang is van de poortwachter van de machine-gegenereerde data, die (potentieel) concurreert met onafhankelijke partijen op de 'downstream'-markt voor reparatie, onderhoud en mobiliteitsdiensten. Als verlening van toegang verplicht wordt, zal de neiging bestaan om toegang te bieden tot data en bronnen in hoeveelheden en kwaliteiten die nog steeds géén daadwerkelijke effectieve concurrentie mogelijk maken. In de tussentijd kunnen onafhankelijke aanbieders geen (innovatieve) diensten aanbieden en ontwikkelen ten behoeve van consumenten. De mededingingsautoriteiten moeten zich daarom concentreren op het creëren van een gelijk speelveld, waarbij gelijke toegang tot machine-gegenereerde data van zowel de poortwachter als de onafhankelijke aanbieders de

norm is. Dit betekent een gelijke toegang tot het voertuig en gelijke beschikking over real-time onbewerkte data. Met gelijke interactiemogelijkheden met het voertuig en de eindgebruiker om mobiliteitsproducten en diensten aan te bieden, te autoriseren en te implementeren. Daarnaast moeten 'objectieve rechtvaardigingen' op basis waarvan toegang wordt geweigerd, bewezen en onderbouwd worden door de poortwachter. Mededingingsautoriteiten moeten ervoor zorgen dat dit binnen een beperkte tijdsspanne wordt gedaan.

We gaan terug naar het voorbeeld van de '*connected car*'. Met betrekking tot het 'ExVe'-systeem zouden mededingingsautoriteiten moeten begrijpen dat simpelweg 'toegang tot in het voertuig gegenereerde data' niet voldoende is om effectieve marktwerking mogelijk te maken.

Om effectieve marktwerking mogelijk te maken, zijn alle volgende cruciale capaciteiten vereist:

1. directe real-time toegang tot tijd kritische, in het voertuig gegenereerde data;
2. de twee-richting communicatie met het voertuig en zijn functies, en
3. de mogelijkheid om veilig en beveiligd met de bestuurder te interageren (via het dashboard of spraakopdrachten) om hun service aan te bieden en te verrichten.

Voertuigfabrikanten beweren dat ze om veiligheidsredenen 'ExVe'-systemen moeten maken en onafhankelijke operatoren moeten ontkoppelen van de directe interactie met het voertuig en de bestuurder. Ze stellen dat alleen zij de competentie hebben om een hoog niveau van beveiliging te garanderen. RAI Aftermarket is het ermee eens dat een veilige en beveiligde communicatie met het voertuig (en de data) van essentieel belang is, maar dit is reeds technisch en praktisch mogelijk voor andere dienstverleners!

Een "*interoperable Open access Telematics Platform*" ("**OTP**") is een interoperabel, gestandaardiseerd en beveiligd on-board toepassingsplatform in het voertuig. Het is een telematicasysteem waarmee applicaties veilig en beveiligd in het voertuig kunnen worden geïmplementeerd. Dit maakt gedecentraliseerde communicatie van/naar het voertuig met meerdere serviceproviders mogelijk, door gebruik te maken van een gestandaardiseerde Applicatie Programmeer Interface (API) als onderdeel van het platform. De OTP biedt ook de mogelijkheid om op veilige en beveiligde wijze meerdere (geverifieerde en gecertificeerde) applicaties gelijktijdig uit te voeren ('Interoperabiliteit door ontwerp'). Door concurrerende services weer te geven op het dashboarddisplay in het voertuig, kan de voertuigbestuurder de serviceprovider van zijn keuze selecteren en autoriseren. De communicatie komt dan rechtstreeks van het voertuig naar de gekozen serviceprovider - zonder via de voertuigfabrikant gestuurd te worden of daardoor gemonitord te worden. Het zorgt volledig voor de gegevensbeschermingsregels en is volledig compliant met de AVG ('GDPR'). Klanten geven zelf hun toestemming aan de serviceaanbieder van hun keuze om de persoonlijke data, die door het voertuig worden gegenereerd, en die



nodig zijn voor de uitvoering van de gewenste service (zonder de verplichte routing via het door de voertuigfabrikant opgelegd 'ExVe'-systeem) rechtstreeks te gebruiken.

Dit toont aan dat het 'ExVe'-systeem niet noodzakelijk is om veiligheid, beveiliging, aansprakelijkheid en gegevensbescherming te kunnen garanderen. Een OTP kan hetzelfde hoge niveau van veiligheid, beveiliging, aansprakelijkheid en gegevensbescherming garanderen als het 'ExVe'-systeem (of andere gepatenteerde eigen oplossingen van voertuigfabrikanten), terwijl tegelijkertijd concurrentie wordt behouden, innovatie wordt vergroot en keuzevrijheid van de consument wordt gewaarborgd.

### III. AANVULLENDE BELEIDSHANDELINGEN

#### 4. In hoeverre is het aannemelijk dat door de dynamiek van online platformmarkten duurzame dominante posities (zijn) ontstaan?

De term '*online-platform*' in zijn moderne interpretatie omvat veel meer dan alleen de bekende voorbeelden van Amazone- of andere online marktplaatsen. Het Apple '*platform*' bestaat bijvoorbeeld niet alleen uit de Apple besturingssystemen en de door Apple geproduceerde hardware, maar ook uit hardware van derden, software van derden (apps), tot en met muziek voor iTunes. Steeds vaker worden zulke brede platform systemen digitale ecosystemen genoemd.

Als algemene opmerking wil RAI Aftermarket benadrukken dat '*online platforms*' niet alleen in de zin van commerciële/sociale marktplaatsen (in hun verschillende vormen) moeten worden beschouwd, maar ook als '*online platforms der dingen*' moeten worden gedefinieerd, gerelateerd aan het '*internet der dingen*'. In de nieuwe digitale wereld bevatten '*online platforms der dingen*' een ondersteunende architectuur, om verbinding te maken met meerdere apparaten om uiteenlopende markten voor waardevolle diensten en producten vanuit één ecosysteem te bedienen. Het online platform der dingen, is gerelateerd aan allerlei alledaagse voorwerpen, zoals auto's, thermostaten en industriële goederen in het algemeen, '*smart*' gemaakt met sensoren en internetadressen die een netwerk creëren dat communiceert, met de mogelijkheid om prognostische diagnostische diensten mogelijk te maken en rechtstreeks te interageren met de gebruikers. De diensten die via platforms op deze '*dingen*' worden aangeboden, kunnen alleen open en eerlijke concurrentie aangaan om de consument te dienen, op voorwaarde dat alle dienstverleners hetzelfde niveau van directe toegang tot deze '*dingen*' hebben, inclusief dezelfde kwaliteit, hoeveelheid en real-time toegang tot onbewerkte gegevens.

Op dit moment worden in de automotive-aftermarket duurzame dominante posities gecreëerd. In de automobielsector bestaan platforms zowel binnen het voertuig waar diensten direct worden aangeboden en applicaties geïmplementeerd, als buiten het



voertuig via off-board data handelsplatforms. Echter, het vermogen om op het off-board platform werkelijk concurrerende diensten aan te bieden, hangt rechtstreeks af van de mogelijkheid om direct toegang te hebben tot het voertuig, zijn data en bronnen. Dit heeft tot gevolg dat de gesloten, merk-gebonden telematicaplatformen die door autofabrikanten worden ontwikkeld, slechts één concurrent op de markt voor voertuig gerelateerde mobiliteitsdiensten toelaten - de voertuigfabrikant zelf -, om de toegang tot voertuigdata, -informatie en -functies te regelen. Andere marktpartijen worden van de markt gedrukt of moeten instemmen met restrictieve toegangsvoorwaarden van de voertuigfabrikant (hun concurrent), door via een off-board platform toegang te hebben tot de data en informatie in het voertuig, die noodzakelijk is om te blijven bestaan. Toegang die tot nog toe rechtstreeks door de klant verleend wordt.

Voor het merkonafhankelijke kanaal van reparatie, onderhoud en mobiliteitsservices zijn open, interoperabele platforms in voertuigen (in tegenstelling tot de gesloten merkgebonden platforms) mét gelijke toegang tot data en informatie van vitaal belang en vereist om onbelemmerde mededinging, een gelijk speelveld en keuzevrijheid voor de consument te waarborgen.

- 5. Wat is de rol van de overheid wanneer niet zeker is of er daadwerkelijk sprake is van duurzame machtsposities?  
Moeten concurrentiebevorderende maatregelen worden getroffen of is een andere aanpak verstandiger?**

Voor het merkonafhankelijke kanaal van reparatie, onderhoud en mobiliteitsservices is het van belang dat overheid - ex ante - maatregelen neemt die te allen tijde verhinderen dat restrictieve/gesloten merkgebonden platforms worden gecreëerd. Een resolute keuze voor open platforms moet worden gemaakt als de enige manier om effectieve concurrentie te handhaven op de aftermarket van de automobielsector, met mogelijkheden tot prijsconcurrentie, betere kwaliteit en innovatieve concurrerende diensten voor consumenten. Open en interoperabele platforms ondersteunen ook het vermogen van overheidsorganisaties om duurzaam relevante data te verkrijgen, bijvoorbeeld voor de RDW (de voormalige "Rijksdienst voor het wegverkeer"), Rijkswaterstaat en voor het sneller en kosten efficiënter tot stand brengen van een innovatieve mobiliteits- en vervoersbeheerinfrastructuur van verbonden voertuigen.

- 6. Welke marktvoorwaarde(n) zijn voldoende signaal dat het nodig is om in te grijpen met ex ante maatregelen?**

Ex-ante maatregelen zouden geschikt zijn in gevallen waarin het ontwerp van de data-genererende machine (dwz het voertuig) onder de controle staat van een marktspeler die actief is op een primaire markt én actief is op de aftermarket (verticaal geïntegreerd) en waarbij die marktspeler niet alleen op de aftermarket concurreert, maar óók de toegang tot de aftermarket van zijn concurrenten kan

bepalen en controleren door middel van het platform. Dit is het geval bij toepassing van het 'ExVe'-systeem in de aftermarket van de auto-industrie: controle over de door het voertuig gegenereerde data, controle over toegang tot het voertuig en controle over toegang tot de eindgebruiker door de voertuigfabrikant.

**7. In hoeverre is het opleggen van een verplichting tot het delen van (bepaalde) data aan dominante platforms een kansrijke manier om concurrentie op online markten aan te jagen?**

Zoals hierboven uitgelegd, is de verplichting voor een thans controlerende (dominante) speler om de toegang tot en de machine-gegenereerde data te delen veelbelovend, mits daarbij aan de volgende voorwaarden wordt voldaan:

- Gelijke data is gelijk toegankelijk voor alle partijen, d.w.z. gelijke toegangsmogelijkheden en gelijke data als waar de controlerende (dominante) speler toegang toe heeft; en
- Onbewerkte data worden verstrekt (dat wil zeggen niet vooraf bewerkt of geaggregeerd in welke vorm dan ook); en
- Real-time data worden verstrekt, zonder vertraging; en
- Directe toegang tot (en communicatie met) de machine wordt geboden, onder gelijke voorwaarden en condities als de controlerende (dominante) speler heeft; en
- Directe toegang tot (en communicatie met) de eindgebruiker wordt geboden, onder gelijke voorwaarden en condities als de controlerende (dominante) speler heeft.

**8. Kan een recht op dataportabiliteit van ratings en reviews voor zakelijke gebruikers de concurrentie op online markten bevorderen?**

Voor door de machine-gegenereerde data<sup>8</sup> is dataportabiliteit alleen niet voldoende om de concurrentie rechtstreeks te bevorderen, omdat real-time data waarmee de dienstverlener de gegevens als basis voor de service kan verwerken, alleen beschikbaar zijn op het punt waar de data worden gegenereerd, dus ingebouwde applicaties zijn vereist om concurrentie op digitale markten mogelijk te maken. Wanneer een ingebouwd algoritme zijn data-analyse heeft voltooid, kan de overdraagbaarheid van het resultaat om de dienst te verlenen dataportabiliteit met zich meebrengen naar een off-board 'on-line' platform.

De online markt kan alleen echte concurrentie en innovatie meebrengen als de oorspronkelijke kwaliteit van de gegevens (d.w.z. real-time toegang) voldoet aan de tijdkritische vereisten van de dienstverlening. Bijvoorbeeld, het meten van de

---

<sup>8</sup> Men dient zich ervan bewust te zijn dat de mogelijkheid van "dataportabiliteit" in het kader van de AVG ('GDPR') naar zijn aard geen geschikt of robuust rechtsinstrument is om een duurzame, praktisch werkbare oplossing te genereren voor doorgifte van zakelijk vereiste datasets (zoals het vereiste datavolume, het kwaliteitsniveau van de gegevens (ruw), de granulariteit of de latentie) die de dienstverlener nodig heeft in de voertuig aftermarket.

accuspanning wanneer het voertuig wordt uitgeschakeld nadat de bestuurder 's avonds naar huis terugkeert, kan de volgende ochtend compleet nutteloos zijn wanneer het voertuig niet start - wat dan real-time data en real-time diagnostiek kan vereisen om de fout te identificeren.

**9. Wanneer en voor welke diensten is het verplichten van vergaande interoperabiliteit wenselijk om overstapkosten van gebruikers te doen afnemen?**

Zie antwoord op vraag 5.

**10. Welke andere beleidsopties zijn kansrijk om online markten competitief te houden?**

Beleidsmaatregelen moeten de voorwaarden scheppen om concurrentie op onlinemarkten mogelijk te maken.

In de aftermarket van de automobielsector moet ervoor worden gezorgd dat de nieuwe 'remote connectiviteit technologie' in het voertuig neutraal is qua technisch ontwerp en dat het principe van gelijke mogelijkheden qua (directe) toegang tot het voertuig, de data en de functies in acht wordt genomen. Dit ondersteunt onvervalste mededinging voor onafhankelijke marktpartijen, waardoor vervolgens voor consumenten (concurrerende) keuzes mogelijk zijn.

In dat verband stellen we voor een regelgevingskader te creëren voor communicatie op afstand met het voertuig voor 'tussenpersonen' (onafhankelijke dienstverleners- en productaanbieders), om hun vermogens om te innoveren en te concurreren in het digitale tijdperk te behouden en de ontwikkeling van 'connected' diensten en producten ook voor hen mogelijk te maken. Dit betekent dat het recht op directe toegang tot data/informatie en van 'online' twee-richtingscommunicatie ('capaciteit om te lezen en schrijven') met het digitale telematicaplatform, ingebed in het voertuig via gestandaardiseerde, interoperabele en veilige interfaces, wordt vastgelegd. In gevallen waar marktafsluiting wordt bewerkstelligd door een gesloten merkgebonden technisch ontwerp van het voertuig, is het onontbeerlijk dat corrigerende maatregelen technische vereisten inhouden (zoals de verplichting om interfaces voor interoperabiliteit te maken). Tegen deze achtergrond, zou het voor de aftermarket in de automobielsector een weg vooruit zijn indien overeenstemming wordt bereikt over gereguleerde gedetailleerde technische eisen middels typegoedkeuringsverordeningen die aan deze voorwaarden voldoen. Een precedent is bijvoorbeeld de EU Euro 5/6 regelgeving voor de toegang tot reparatie- en onderhoudsinformatie. Niettemin moeten ook de voorwaarden voor concurrentie op de vervangingsmarkt voor auto's (dat wil zeggen directe toegang tot 'real-time connected' in het voertuig gegenereerde meetdata en -functies) worden ingebed in het mededingingsrecht. Sancties moeten opgelegd kunnen worden in geval van niet-naleving.

Dezelfde principes gelden voor alle industriële apparatuur of investeringsgoederen die gedurende hun hele leven onderhoud en reparaties nodig hebben, die worden bestuurd door een computer en tegenwoordig steeds meer op afstand verbonden zijn met een onderhoudsserver (bijvoorbeeld industriële apparatuur zoals 3D-printers, liften, huishoudelijke toepassingen enz.)

Beleidsmaatregelen moeten prioriteit geven aan dit soort ('ex ante') toegang om eerlijke concurrentie mogelijk te maken, innovatie te stimuleren en te voorkomen dat klanten 'locked-in' raken bij één specifieke (dominante) dienstverlener.

**11. Wat is, gezien het grensoverschrijdende karakter van het internet, het beste handelingsniveau om met uitdagingen omtrent platforms en mededinging om te gaan (nationaal, Europees, internationaal) en waarom?**

Met betrekking tot de automotive-aftermarket en met betrekking tot door de machine-gegenereerde data moeten gelijke marktkansen in de totale keten gecreëerd worden. Te beginnen bij de verkoop van de auto aan de bestuurder/voertuigeigenaar, maar ook bij de selectie en autorisatie van aanvullende diensten. Op nationaal niveau en op EU-niveau is handhaving van het mededingingsrecht vereist. Beleidsmaatregelen kunnen op nationaal niveau worden geïnitieerd of gestimuleerd, maar daadwerkelijke maatregelen moeten op zijn minst op EU-niveau worden genomen om inconsistenties binnen de EU te vermijden.

\*\*\*\*

**BIJLAGE 1: “Shaping competition policy in the era of digitalisation” - FIGIEFA**

**Contactpersoon:**

Jeroen van de Braak

Sectiemanager RAI Aftermarket

Tel.: 020 5044949

Mobiel: 06 53786365

E-mail: [j.vd.braak@raivereniging.nl](mailto:j.vd.braak@raivereniging.nl)