



Landbruks- og matdepartementet
Postmottak@lmd.dep.no

Fornyings-, kirke og administrasjonsdepartementet
Postmottak@fad.dep.no

Barne – og likestillingsdeparementet
Postmottak@bld.dep.no

Vår dato 03.09.2013
Deres dato 21.05.2013
Vår referanse 273-/IH/-
Deres referanse 13/723

Høring. NOU 2013:6 God handelsskikk i dagligvarekjeden

Næringslivets Hovedorganisasjon viser til vårt høringsbrev til NOU 2013:6 God handelsskikk i dagligvarekjeden av 2. juni 2013 hvor vi avslutningsvis tar forbehold om å supplere høringsbrevet med ytterligere kommentarer etter en mer grundig gjennomgang av de enkelte forslag til lovbestemmelser.

NHO støtter, som det fremkommer av vårt brev av 2. juni 2013, forslaget om loven. Etter nevnte gjennomgang mener vi at to ytterligere forhold krever regulering, h.h.v. et styrket etterligningsvern knyttet til produkter solgt gjennom kjedene og som ikke er egne merkevarer; såkalte EMV, og en regulering av distribusjon.

Etterligningsvern

Forslagets § 7 styrker vernet av forretningshemmeligheter og bedrer håndhevingsmulighetene. NHO er imidlertid i tvil om forslaget i tilstrekkelig grad verner mot etterlikning av produkter som selges gjennom kjedene, og som ikke er EMV. Lovgivningen gir en viss grad av beskyttelse mot produktetterlikning, men håndhevingssituasjonen er krevende. Det oppleves som problematisk å rettsforfølge en konkurrent som samtidig er en av leverandørens viktigste kunder. NHO mener derfor det kan være behov for å styrke vernet av etterlikning i disse relasjonene.

I dag regulerer markedsføringsloven § 30 spørsmålet om etterligninger. NHO mener at det kan være grunnlag for at man i lov om god handelsskikk fastslår at kjedene har en skjerpet plikt til å adskille sitt EMV-produkt fra merkevareleverandørens produkt. EMV-produktet er sikret salgsfremmende håndtering i butikk uavhengig av produktet forøvrig. Dette tilsier at kjedene bør ha et ansvar for at produktene skiller seg fra hverandre, idet en etterlikning ellers vil være urimelig.

NHO foreslår på denne bakgrunn at det inntas en bestemmelse i lovens § 7 som gir en beskyttelse mot produktetterligninger, hvor den særlige plikt parter som både er i en forretnings- og en konkurranselasjon til å sørge for at deres produkter skiller seg fra hverandre har, synliggjøres.

Distribusjon

Lovforslaget omhandler flere sentrale typer forretningspraksis som er i strid med god handelsskikk. Etter NHOs syn kan det likevel være behov for å ta inn en egen bestemmelse i loven knyttet til distribusjon.

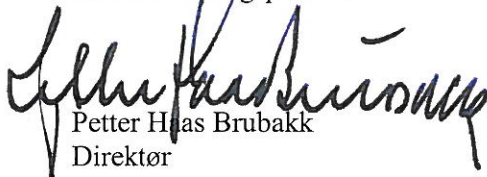
Leverandørene har i begrenset utstrekning innsyn i grunnlaget for det de betaler for kjedenes distribusjon av leverandørens varer gjennom sine egne grossistvirksomheter. Leverandørene kan dermed ikke vurdere om prisen de belastes for distribusjon står i et rimelig forhold til kostnadene for det aktuelle produkt, både isolert og sett i forhold til andre typer produkter, eller om den er rimelig i forhold til den pris en uavhengig distributør ville ha tatt.

Distribusjon er et sentralt element i kontraktene mellom dagligvarekjedene og leverandørene og de løsninger som avtales for distribusjon må være effektive. Kjedenes distribuerer både sine egne (EMV) og leverandørens merkevarer, og informasjon om grunnlaget for beregningen av prisen på kjedenes distribusjon vil kunne bidra til å sikre likebehandling av EMV og leverandørens merkevarer.

Noen leverandører står fortsatt for distribusjon av egne varer. Dagligvarekjedene har etter hvert overtatt en del distribusjon, og utviklingen kan synes å gå videre i denne retningen. I hvilken utstrekning en slik overgang skjer, bør bero på økonomiske vurderinger alene, hvor en sammenligning av kostnadene mellom ulike transportalternativer vil være et sentralt element. I tillegg kommer at manglende tilgang til distribusjonsløsninger utgjør et etableringshinder for eventuelle nye dagligvarekjeder eller nye, uavhengige distributører. Dette tilsier at man bør tilstrebe opprettholdelsen av alternative og konkurrerende distribusjonsløsninger.

NHO mener derfor at det bør sikres større åpenhet i forhandlingene knyttet til prisingen av kjedenes distribusjonstjenester gjennom en egen regulering i loven.

Med vennlig hilsen
NÆRINGSLIVETS HOVEDORGANISASJON
Område næringspolitikk



Petter Has Brubakk
Direktør



Ingebjørg Harto
Avdelingsdirektør