

Det kongelige barne- og likestillingsdepartementet

Oslo, 30.09.2016

Høring – Forslag til endring av markedsføringsloven og prisopplysningsforskriften i forbindelse med etablering av en dagligvareportal.

Departementet ønsker at det innføres en plikt å gi informasjon om produkt og pris på de enkelte dagligvarene som blir gjort tilgjengelig i dagligvareportalen.

Bakgrunn/Myndighetenes formål slik Coop oppfatter det:

Uttalt formål med dagligvareportalen er å legge til rette for at forbrukerne skal kunne gjøre valg basert på riktig og god informasjon om de faktorer som er relevant før kjøpsatferd utløses. Herunder pris, kvalitet og andre faktorer som spiller inn når forbrukeren gjør sine valg. Portalen skal på den måten også bidra til økt konkurranse i markedet.

Prisinformatjonen må være av en slik karakter at forbrukeren enkelt og med sikkerhet kan definere hvilken butikk som faktisk er billigst på de varer forbrukeren velger seg. Samtidig må informasjonen være av en slik karakter at konkurrerende virksomheter ikke kan koordinere priser/drive prissamarbeid.

Coops kommentarer til dagens foreslåtte utgave av Dagligvareportalen:

Slik Coop oppfatter det er det nå lagt opp til at prisene skal gis i sanntid uten at konkurrerende virksomheter skal ha innsyn i hverandres priser. Dette medfører at forbrukerne enten får en rangering per butikk av en gitt handlekurv uten å se den faktiske prisen på varene og dermed heller ikke prisdifferansen de ulike butikkene imellom, eller en butikkvis prising på en handlekurv forbrukeren ikke vet innholdet av. Det er med andre ord svært vanskelig å se hvordan dagens forslag skal ha noen reell nytteverdi for forbrukeren.

Coop Norge SA Hovedkontor

Postboks 21 Haugenstua – N-0915 Oslo – Norge

Besøksadresse: Østre Aker vei 264

Telefon +47 22 89 95 95 – Telefaks +47 22 89 97 45 – Bankgiro 7050.06.20003

www.coop.no

Nåværende versjon av portalen gjør det samtidig mulig for handelsaktørene å «manipulere» resultatene ved at man ved å redusere prisen på én enkelt vare tilstrekkelig kan fremstå som den billigste butikken totalt sett. Det dermed svært lite sannsynlig at portalen vil gi kunden et riktig bilde av hvilken butikk som faktisk er billigst. Man kan dermed dra en parallell til VGs matbørs hvor man stadig ser hvordan en opp eller nedjustering av ett enkelt produkt kan endre hele prisinntrykket og dermed skape en uriktig persepsjon av det faktiske prisforholdet butikkene i mellom.

Den valgte portalløsningen gjør at handelsaktørene lett kan identifisere hvilke produkter som er i kurven og dermed manipulere prisene. Dette vil gi et uriktig prisbilde totalt sett i tillegg til at et fåtall varer (de utvalgte) konsekvent vil være billig, mens marginer tas igjen på andre varer. Dette vil slik Coop ser det i hovedsak gå ut over små og lokale produsenter som ikke vil være et naturlig valg i de utvalgte handlekurvene. Mangfoldet er således truet av dagens løsning, i tillegg til at prisene totalt sett kan gå opp. Det ligger ingen reell gevinst igjen hos forbruker.

Slik løsningen virker å være lagt opp i dag virker det heller ikke som faktorer som medlemsfordeler, kampanjepriser eller andre tilbudsfaktorer av kortere eller lengre varighet blir avdekket i portalen. Eventuelt blir de fanget opp og blir stående som «faktiske» priser i forbrukerens bevissthet. Coop opplever forbrukerne generelt og våre medlemmer spesielt som svært opptatt av disse faktorene i kjøpsøyeblikket.

Slik Coop har fått det beskrevet så langt mangler det gode nok rutiner og prosesser for å kvalitetssikre og korrigere informasjonen (vareinformasjon og pris) som skal publiseres. Dette vil kunne medføre alvorlige problemstillinger både kommersielt for aktørene og for forbrukernes trygghet for bruk av løsningen.

Hvilke opplysninger skal rapporteres til portalen?

Adresse og åpningstid

Når dagligvareportalen legger opp til at forbruker skal kunne se hvilken butikk som er billigst i pris, er det viktig at adresse og åpningstider for hver enkelt butikk ligger i systemet.

Hvilke varer skal dagligvareportalen ha opplysninger om?

Coop merker seg at det ikke gis noen definisjonen av dagligvare, men ser for seg at portalen vil inneholde ca 30 000 enkeltvarer. I dette ligger både tobakk og legemidler. Dagligvareportalen vil til enhver tid definere begrepet. Det er viktig at det er forutsigbart for virksomhetene.

Hvilke opplysninger skal gis om den enkelte dagligvare?

Informasjon om de ulike produktene ut over pris er det den enkelte produsent/merkeier som har kunnskap om.

Det er således den enkelte merkeeeier som kan oppgi og vedlikeholde denne type data. I mange tilfeller er ikke dataene relevant for kjede og brukes derfor ikke.

Hvis portalen skal legge opp til andre parameter enn pris er det også viktig at alle opplysninger om varen som det allerede er obligatorisk å opplyse om oppgis i portalen.

Det er viktig at det i forbindelse med portalen ikke legges opp til nye merkeordninger som forvirrer forbrukeren. Hvis man skal benytte andre merkeordninger bør det benyttes ordninger som er kjent og som departementet viser til, som svanen og blomsten, Nøkkelhullet, Ø-merket/Debio, Nyt Norge mfl.

Coop er et selskap eid av forbrukerne. Vi vet derfor at kundene er opptatt av mange ulike forhold. Å forsøke å samle flere kvalitetsbegreper i rankinglister er etter vårt skjønn et tydelig signal på at man ikke tar kunden på alvor.

Vi har selv en policy om å være mest mulig transparent ovenfor kundene på våre egne produkter. Det har ikke alle merkeleverandører.

Hvordan rapportere?

For å gjøre rapporteringen mer effektiv foreslår vi at AC Nielsen leverer prisinformasjon – i stedet for at man innhenter bong-data.

Informasjon om lagerbeholdning

Coop er enig med Departementet om at det med dagens datasystemer er vanskelig å oppfylle kravet om informasjon om lagerbeholdningen. Argumentene til Forbrukerrådet om at også dette er relevant informasjon til forbruker, er et annet signal om at de må rapporteres inn fra hver enkelt butikk og ikke sentralt fra kjede. Coop anser det som viktig at lagerbeholdning rapporteres, slik at butikker ikke har mulighet til å sette ekstra lave priser på varer som enten ikke fins i sortimentet generelt eller i den aktuelle butikken spesielt.

Håndheving og sanksjoner

Forbrukerrådet skal føre tilsyn. Ved mangelfull etterlevelse skal Forbrukerrådet i første omgang ha dialog med butikkene, kjedene og kjedesammenslutningene for å gjøre dem oppmerksomme på eventuelle forskriftsbrudd.

Markedsføringsloven gir hjemmel til å ilegge forbuds- og påbudsvedtak eventuelt kombinert med tvangsmulkt.

Departementet legger til grunn at portalen skal inneholde en mulighet for forbrukere og andre som oppdager feil til enkelt å påpeke dette. Opplysninger om feilrapportering foreslås i dagens løsning sendt til den enkelte butikk eller kjede med kopi til Dagligvareportalen. Dette har ingen hensikt ettersom data generelt i portalen ikke vil endre seg selv om en enkelt butikk endrer hos seg.

Kvalitetsavvik må derfor meldes inn til Tradesolutions som deretter må ta det med leverandør – og deretter med Dagligvareportalen.

Innsyn

I utgangspunktet har dagligvareaktørene krav på innsyn i portalen. Det medfører at kjedene får innsyn i hverandres priser og prissettingsmønstre ved å be om innsyn i den informasjonen konkurrentene har sendt inn. Departementet foreslår en ny regel som medfører at dagligvareaktørene ikke har innsyn i dagligvareportalen.

Når det gjelder konkurrentenes priser blir de allerede innhentet i dag ved prisjegere. I tillegg er det flere aktører – netthandel - hvor prisene opplyses. Kjedene bør ha samme tilgang som forbrukere generelt.

Kostnader

En slik portal vil medføre store investeringer og omfattende kostnader og ressursbruk.

Det er relativt store investeringer knyttet til etablering av portalen

De årlige kostnadene for å drifte datafeed, forvalte / videreutvikle vil bidra til økte løpende kostnader

De samlede kostnadene vil bidra til økt kostnadsnivå for forbruker, ettersom kjedene ikke har noen annen kilde til finansiering

Dette er kostnader som oppstår for å levere en tjeneste som ikke kommer til å bidra til økt konkurranse med den modellen som nå ligger på bordet. Og kundene blir således den store taperen ved innføring av en slik Dagligvareportal.

Ikrafttredelse

Ikrafttredelsestidspunktet 1. januar 2017 gir kort tid for bransjen til forberede seg til en slik portal.

Med vennlig hilsen

Coop Norge SA

Geir Inge Stokke