



DET KONGELIGE
NÆRINGS- OG FISKERIDEPARTEMENT

Prop. 112 L

(2025–2026)

Proposisjon til Stortinget (forslag til lovvedtak)

Endringer i lov om god handelsskikk
i dagligvarekjeden mv. (presiseringer
i god handelsskikk-standarden mv.)

Innhold

1	Proposisjonens hovedinnhold	5	5.3.2	Felles markedsføring	25
1.1	Endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden	5	5.3.3	Hylleplassbetalinger	25
1.2	Endring i anskaffelsesloven	6	5.3.4	Betalinger som ikke har direkte sammenheng med varer eller tjenester	25
2	Bakgrunnen for lovforslaget	7	5.4	Departementets vurderinger	26
2.1	Om lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden og behovet for endringer	7	5.4.1	Generelt om strengere skriftlig-hetskrav	26
2.2	Regulering i EU og andre land	8	5.4.2	Om de konkrete forslagene	27
2.2.1	EU-direktivet om urimelig handelspraksis (UTP-direktivet)	8	6	Vern mot etterligninger	28
2.2.2	Andre land	9	6.1	Gjeldende rett	28
2.3	Begrepsbruk og forklaringer	9	6.2	Forslaget i høringsnotatet	28
2.4	Undersøkelser og kartlegginger	10	6.3	Høringsinstansenes syn	28
2.5	Høringen	10	6.4	Departementets vurderinger	29
3	Lovens tittel og virkeområde ...	14	6.4.1	Henvisningen til markedsføringsloven § 30	29
3.1	Gjeldende rett	14	6.4.2	Innretning mot EMV	30
3.2	Forslaget i høringsnotatet	14	7	Øvrige endringer i lov om god handelsskikk	32
3.3	Høringsinstansenes syn	14	7.1	Overtredelsesgebyr og vedtak om overtredelse	32
3.3.1	Tittelen på loven	14	7.1.1	Gjeldende rett	32
3.3.2	Lovens virkeområde	14	7.1.2	Forslaget i høringsnotatet	32
3.4	Departementets vurderinger	15	7.1.3	Høringsinstansenes syn	32
3.4.1	Tittelen på loven	15	7.1.4	Departementets vurderinger	33
3.4.2	Lovens virkeområde	15	7.2	Håndheving	34
4	Rimelig forhold mellom betalinger og tjenesteleveranser	17	7.2.1	Gjeldende rett	34
4.1	Gjeldende rett	17	7.2.2	Forslaget i høringsnotatet	34
4.2	Forslaget i høringsnotatet	17	7.2.3	Høringsinstansenes syn	34
4.3	Høringsinstansenes syn	17	7.2.4	Departementets vurderinger	35
4.4	Departementets vurderinger	19	7.3	Presiseringer av atferdsnormene i forskrift	36
4.4.1	Generelt om regulering av et krav om rimelig forhold	19	7.3.1	Gjeldende rett	36
4.4.2	Nærmere om utformingen av kravet	20	7.3.2	Forslaget i høringsnotatet	36
4.4.3	Virkninger ved bruk av rabatter	21	7.3.3	Høringsinstansenes syn	36
5	Strengere skriftlighetskrav for visse betalinger	23	7.3.4	Departementets vurderinger	37
5.1	Gjeldende rett	23	8	Endring i anskaffelsesloven	38
5.2	Forslaget i høringsnotatet	23	8.1	Bakgrunn for lovforslaget	38
5.3	Høringsinstansenes syn	23	8.2	Forslaget som var ment fremmet i Prop. 147 L (2024–2025)	38
5.3.1	Generelt om strengere skriftlighetskrav	23	8.2.1	Innledning	38
			8.2.2	Nærmere om anskaffelsesloven § 5p	38
			9	Økonomiske og administrative konsekvenser	39
			9.1	Endringene i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden	39

9.1.1	Samfunnsøkonomiske virkninger	39	10.2	Til endringen i anskaffelsesloven	42
9.1.2	Konsekvenser for det offentlige	39	10.3	Ikrafttredelse	42
9.1.3	Konsekvenser for næringslivet	40			
9.2	Endringen i anskaffelsesloven	40		Forslag til lov om endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden mv. (presiseringer i god handelsskikk- standarden mv.)	44
10	Merknader til de enkelte bestemmelsene	41			
10.1	Til endringene i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden	41			

Prop. 112 L

(2025–2026)

Proposisjon til Stortinget (forslag til lovvedtak)

Endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden mv. (presiseringer i god handelsskikk-standarden mv.)

*Tilråding fra Nærings- og fiskeridepartementet 18. september 2026,
godkjent i statsråd samme dag.
(Regjeringen Støre)*

1 Proposisjonens hovedinnhold

1.1 Endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden

Nærings- og fiskeridepartementet legger i denne proposisjonen fram forslag til endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden. Forslagene innebærer flere presiseringer i god handelsskikk-standarden i loven. Med endringsforslagene tas det blant annet sikte på å gjøre regelverket mer treffsikkert og tydelig opp mot utfordringene i dagligvarebransjen.

Regjeringens plan for Norge 2025–2029 peker ut områder der regjeringen skal gjennomføre reformer og fornye samfunnet. Regjeringen vil blant annet skape trygghet for økonomien og trygghet for arbeids- og næringslivet. Formålet med lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden er å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser og ivareta forbrukernes interesser ved å fremme redelighet, forutberegnelighet og lojalitet i kontraktsforhold mellom næringsdrivende i dag-

ligvarebransjen. Regjeringens forslag til endringer av loven er ment å bidra til at formålet med loven i større grad oppnås. Videre kan forslagene i proposisjonen også bidra til å redusere risikoen for at mindre aktører i dagligvarebransjen må gå med på urimelige vilkår i forhandlinger med store aktører med sterk forhandlingsmakt. Forslagene kan dermed føre til styrket konkurransekraft, økt produktivitet og mer effektiv ressursbruk.

Bakgrunnen for lovforslaget omtales i punkt 2. Der gjennomgås også relevant regulering i EU og andre land samt begrepsbruk og forklaringer. I punkt 3 foreslås det endringer i lovens tittel og virkeområde. Det foreslås å bruke begrepet «dagligvarebransjen» istedenfor «dagligvarekjeden» i tittelen. Videre foreslås det å utvide virkeområdet slik at loven gjelder ved salg av dagligvarer til storhusholdning, kiosk, bensinstasjoner og servicehandel, uavhengig av om salg av dagligvarer utgjør en vesentlig del av virksomheten.

Departementet foreslår i punkt 4 å regulere et krav om at betalinger og rabatter for tjenesteleveranser skal stå i et rimelig forhold til verdien av leveransen. Verdien skal fastsettes basert på rimelige og objektive anslag. Punkt 5 omhandler forslag om å regulere strengere skriftlighetskrav for visse typer betalinger. Forslaget gjelder betalinger for markedsføring og reklame, betalinger for presentasjon av leverandørens produkter og betalinger som ikke har en direkte sammenheng med salget av en dagligvare eller en annen ytelse. Partene er ikke forpliktet til å gjennomføre betalingerne hvis de ikke er skriftlig avtalt.

I punkt 6 foreslås det endringer i vernet mot etterligninger. Bestemmelsen foreslås rettet direkte mot dagligvarekjeder som selger egne eller tilknyttede merkevarer. Punkt 7 omhandler overtredelsesgebyr, håndheving og forskriftshjemmelen. Det foreslås en øvre ramme for overtredelsesgebyr på én prosent av foretakets omsetning. Videre foreslås det en forskriftshjemmel for å kunne etablere en klageordning for saker etter loven.

De økonomiske og administrative konsekvensene av forslagene gjennomgås i punkt 9.1, mens merknader til de enkelte bestemmelsene framgår av punkt 10.1.

1.2 Endring i anskaffelsesloven

Proposisjonen inneholder også et forslag til endring i anskaffelsesloven.

Stortinget behandlet Prop. 147 L (2024–2025) *Lov om endringer i anskaffelsesloven (samfunns-hensyn mv.)* 29. januar og 5. februar 2026. Stortingets endelige lovvedtak framgår av Lovvedtak 26 (2025–2026). Deler av lovendringene trådte i kraft 1. juli 2026.

Etter at endringene ble vedtatt, har Nærings- og fiskeridepartementet blitt gjort oppmerksom på at det har skjedd en feil, slik at ett endringsforslag ikke ble fremmet i tråd med det som var ment. Det foreslås derfor i denne proposisjonen å fremme denne endringen på nytt. Endringen går ut på at anskaffelsesloven § 5j, som omhandler tilsyn med krav til lønns- og arbeidsvilkår, også skal inneholde en henvisning til anskaffelsesloven § 5p om sanksjoner.

Forslaget omtales i punkt 8 i proposisjonen. De økonomiske og administrative konsekvensene gjennomgås i punkt 9.2 og merknader til bestemmelsen framgår av punkt 10.2.

2 Bakgrunnen for lovforslaget

2.1 Om lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden og behovet for endringer

Lov 17. april 2020 nr. 29 om god handelsskikk i dagligvarekjeden (heretter lov om god handelsskikk) trådte i kraft 1. januar 2021. Bakgrunnen var et forslag fra Dagligvarelovutvalget i NOU 2013: 6 *God handelsskikk i dagligvarekjeden* og departementets forslag i Prop. 33 L (2019–2020) *Lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden*.

Formålet med loven er å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser og ivareta forbrukernes interesser ved å fremme redelighet, forutberegnelighet og lojalitet i kontraktsforhold mellom næringsdrivende i dagligvarebransjen, jf. § 1. Gode og effektive forhandlinger mellom aktørene kan gi gevinster som igjen kan bidra til et bedre dagligvaretilbud til forbrukerne. Loven er ikke ment å ivareta interessene til den ene eller andre kontraktsparten, eller å regulere resultatet av partenes kommersielle forhandlinger, se Prop. 33 L (2019–2020) punkt 4.1.4. Her framgår det også at forbrukerhensyn er et sentralt moment ved tolkningen av lovens bestemmelser. Loven gjelder i hovedsak forhandlinger og avtaler om leveranser av dagligvarer som er ment for videresalg til forbrukere gjennom utsalgssteder som har salg av dagligvarer som en vesentlig del av sin virksomhet, jf. § 2 første ledd bokstav a. Etter første ledd bokstav b gjelder den også for salg til storhusholdning, dersom salget går gjennom en part som også leverer til utsalgssteder som nevnt i bokstav a.

God handelsskikk skal være basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet, jf. § 3. Hva som ligger i begrepene «redelighet», «forutberegnelighet» og «lojalitet» beskrives nærmere i særmerknaden til § 3 i Prop. 33 L (2019–2020) punkt 8. Bestemmelsene om god handelsskikk overlapper for øvrig i stor grad med bestemmelser i annet regelverk, for eksempel lov 9. januar 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (markedsføringsloven) og alminnelige kontraktsrettslige prinsipper.

Fram til våren 2026 håndhevet Dagligvaretilsynet loven. Tilsynet har blant annet gjennomført

årlige undersøkelser av samarbeidsklimaet i bransjen. Undersøkelsene viser tegn til forbedringer i samarbeidsklimaet siden loven ble innført, men også at det fortsatt er leverandører som opplever utfordringer i forhandlinger og avtaler med dagligvarekjedene. En betydelig andel leverandører opplever at delisting forekommer uten saklig grunn, at dagligvarekjedene etterligner deres produkter og at kjedene stiller krav om ytelser uten at motytelser er spesifisert. Undersøkelsene avdekker også uenighet om avtaler om felles markedsføring og at flere tilleggssavtaler avtales muntlig.

Departementet viser til at dagligvarekjedenes kontroll over verdikjeden for mat er økende. Dette skjer blant annet gjennom bruk av egne merkevarer og kontroll eller eierskap over grossist- og distribusjonstjenester og produksjonsledd. Selv om vertikal integrasjon kan bidra til økt effektivitet i verdikjeden, kan ytterligere konsentrasjon av eiermakt ha flere negative effekter og påvirke hvor effektivt verdikjeden fungerer. Høy konsentrasjon av eiermakt kan innebære risiko for svake konkurranse, mindre effektive aktører og et dårligere dagligvaretilbud til forbrukerne. Dagligvarekjedenes kontroll over verdikjeden innebærer også at kjedene oftere har en rolle som portvoktere. Det betyr at dagligvarekjedene i økende grad bestemmer over tilgangsvilkårene til markedet, særlig for nye leverandører og detaljister.

På denne bakgrunnen vurderer departementet at det er behov for endringer i lov om god handelsskikk. Tydeligere rammer for forhandlinger kan både bidra til bedre samarbeidsklima mellom partene og redusere risikoen for negative konsekvenser som følge av økt konsentrasjon av eiermakt. Som det framgår av drøftelsene av de enkelte forslagene, innebærer noen av forslagene begrensninger i avtalefriheten. I disse tilfellene har departementet vurdert at forslagene kan ha positive effekter som veier opp for ulempene. Videre er det noen forslag som i større grad enn gjeldende rett tar sikte på å beskytte én eller flere av partene i situasjoner hvor de har en svak forhandlingsposisjon, for eksempel mindre leverandører i forhandlinger med en større dagligvarekjede. Bakgrunnen er at sterk forhandlingsmakt

blant enkelte aktører kan øke risikoen for urimelige vilkår i avtalene.

Det kan være en viss overlapp mellom utfordringer som skyldes ulikheter i forhandlingsmakt og konkurranseutfordringer. Tiltak som begrunnes i konkurransesituasjonen må vurderes etter lov 5. mars 2004 nr. 12 om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger (konkurranseloven) og EØS-avtalens konkurranseregler. EØS-avtalen begrenser muligheten til å anvende avvikende nasjonale konkurranseregler dersom samhandelen mellom EØS-statene kan påvirkes. Dette kommer til uttrykk i lov 5. mars 2004 nr. 11 om gjennomføring og kontroll av EØS-avtalens konkurranseregler mv. (EØS-konkurranseloven) § 7 andre ledd. Det følger imidlertid av § 7 tredje ledd at § 7 andre ledd ikke utelukker anvendelsen av bestemmelser i nasjonal lovgivning som hovedsakelig fremmer et annet formål enn konkurranse. Departementet bemerker at lov om god handelsskikk ikke er konkurranselovgivning. Lovens formål er å «bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser og ivareta forbrukernes interesser ved å fremme redelighet, forutberegnelighet og lojalitet i kontraktsforhold mellom næringsdrivende i dagligvarebransjen» og ikke å ivareta konkurransehensyn. Den regulerer forhandlinger og avtaler mellom aktører i bransjen, med fokus på å bidra til redelighet, forutberegnelighet og lojalitet. De foreslåtte endringene skal blant annet bidra til å redusere risikoen for at aktører må gå med på urimelige vilkår i forhandlingene. Som følge av dette vurderer departementet at begrensningen i EØS-konkurranseloven § 7 andre ledd ikke kommer til anvendelse og dermed ikke er til hinder for endringene som foreslås.

I høringen 22. mai 2025 ba departementet om innspill til om tilgang til grossist- og distribusjonstjenester bør reguleres. Dette er et tema med særlig overlapp mellom konkurranseutfordringer og utfordringer som skyldes ulikheter i forhandlingsmakt. Departementet ser behov for å vurdere grundigere om en eventuell regulering passer best som forskrift til konkurranseloven eller som nye bestemmelser i lov om god handelsskikk. Spørsmålet om regulering av grossisttjenester behandles derfor ikke i denne proposisjonen.

Departementet hadde også på høring et åpent spørsmål om lov om god handelsskikk burde regulere et forbud mot salg av dagligvarer med tap. Et slikt forslag ville etter departementets syn være svært inngripende og medføre høy risiko for økte priser. Det møtte også stor motstand i høringen. Departementet går ikke videre med forslaget

og det omtales dermed ikke videre i proposisjonen.

I høringen mottok departementet flere høringsinnspill om lovens etterligningsvern, som gikk utover forslaget i høringsnotatet. På bakgrunn av disse høringsinnspillene, vil departementet utrede nærmere om det er behov for flere tiltak når det gjelder etterligninger i dagligvarebransjen, se omtale i punkt 6.4.1. Departementet vil komme tilbake til Stortinget på egnet måte om utfallet av utredningen.

2.2 Regulering i EU og andre land

2.2.1 EU-direktivet om urimelig handelspraksis (UTP-direktivet)

Direktiv (EU) 2019/633 om urimelig handelspraksis i matkjeden har til formål å etablere felles europeiske regler og et håndhevingsregime som skal beskytte aktører innen landbruk, ved å innføre minimumsbeskyttelse mot de mest alvorlige formene for urimelig handelspraksis. Direktivet er en del av unionens felles landbrukspolitik, og er vurdert å ikke være EØS-relevant. I Prop. 33 L (2019–2020) punkt 3.4 viste departementet til at lov om god handelsskikk og UTP-direktivet har delvis ulikt anvendelsesområde og forskjellige formål, og at hver enkelt direktivbestemmelse måtte vurderes for å ta stilling til om den møter norske utfordringer. Det ble tatt inn en forskriftshjemmel for å kunne gi forskrift om innføring av EØS-regelverk om forretningspraksis.

UTP-direktivet retter seg mot urimelige handelspraksiser mellom mindre leverandører og større innkjøpere. Den mest sentrale bestemmelsen i direktivet er artikkel 3, som regulerer forbud mot urimelig handelspraksis. Artikkel 3 nr. 1 inneholder en liste over handlinger som skal være forbudt, den såkalte svartelisten. Mest relevant i denne sammenhengen er forbudet mot å kreve betaling for forhold som ikke er knyttet til salg av leverandørens varer, se artikkel 3 nr. 1 bokstav d. Artikkel 3 nr. 2 gir en liste over atferd som i utgangspunktet er forbudt, med mindre den er klart og entydig avtalt mellom partene, den såkalte grålisten. Kjøpere kan blant annet ikke kreve betaling for å lagre, stille ut eller fremvise leverandørens matvarer eller kreve at leverandøren betaler for kjøperens markedsføring, uten at dette er klart og entydig avtalt.

Europakommisjonen har nylig publisert en rapport om implementeringen av UTP-direktivet, COM/2024/176 om «Gennemførelse af forbudet mod urimelig handelspraksis for at styrke

landbrugernes og aktørenes position i landbrugs- og fødevareræden – aktuell status». Det framgår av rapporten at de vanligste formene for urimelig handelspraksis er ulike betalinger som ikke er koblet til et bestemt produkt. Videre fant Kommisjonen at rundt 41 prosent av tilfellene fant sted på detaljhandelnivå. Rapporten viser også at de fleste medlemsstatene har utvidet listen over urimelig handelspraksis ved å gjøre flere grålistepunkter til svartelistepunkter. Rapporten inngår som grunnlag i en mer detaljert evaluering av UTP-direktivet, som ble publisert i desember 2025 med tittelen «Evaluation of the Unfair Trading Practices Directive».

Evalueringen gir indikasjoner på at tilfeller av urimelig handelspraksis har blitt redusert, og da særlig tilfeller av sene betalinger. Kommisjonen vurderer at direktivets gevinster overordnet er proporsjonalt og balansert sett i forhold til kostnadene. Kommisjonen understreker samtidig at evalueringen dekker en forholdsvis kort periode, og at det derfor ikke er mulig å si med sikkerhet at direktivet har ført til vesentlig færre tilfeller av urimelig handelspraksis.

2.2.2 Andre land

UTP-direktivet er blant annet implementert i Sverige (lov 2021:579), Danmark (lov nr. 719 av 27. april 2021) og Finland (lov 1121/2018, jf. endringslov 116/2021). De respektive lovene håndheves av Konkurrencesverket (Sverige), Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (Danmark) og livsmedelsmarknadsombudsmannen (Finland). Selv om reglene bygger på det samme EU-direktivet, er det likevel enkelte forskjeller mellom landene. En forskjell er ulike innslagspunkter for når reglene gjelder, en annen forskjell er nivået på gebyrer ved lovbrudd. I Sverige og Finland er grensen på inntil én prosent av omsetningen til den som har brutt regelverket, se den svenske loven 22 § og den finske loven 12 a §. Den danske loven gir ingen øvre grense, men det skal blant annet tas hensyn til overtredelsens art, varighet og konsernomsetning, jf. den danske loven § 19 stk. 2. Det svenske Konkurrencesverket evaluerte loven i 2025, i rapport 2025:5. Konkurrencesverket er av den oppfatning at det har blitt vanligere med skriftlig avtalte vilkår, at loven har medført økt transparens og at det i økende grad er dialog mellom partene om ulike vilkår.

Det finnes også eksempler på lignende regelverk som den norske loven om god handelsskikk i

land utenfor EU. Både Storbritannia, Australia, New Zealand og Canada har regelverk som defineres som «Grocery Code», som i hovedsak omfatter det samme. Regelverkene rettes mot urimelig handelspraksis mellom leverandører og dagligvarekjeder i tilfeller hvor dagligvarekjedene benytter seg urimelig av sin forhandlingsmakt. Generelt sett er regelverket i de nevnte landene vesentlig mer detaljerte enn den norske loven om god handelsskikk, med blant annet detaljregulering om betalinger og frister.

2.3 Begrepsbruk og forklaringer

I proposisjonen brukes flere begreper og betegnelser på ulike forhold i dagligvarebransjen.

Forkortelsen «EMV» brukes for å beskrive kjedenes egne merkevarer. På den andre siden står leverandørenes merkevarer, som er merkevarer som eies av leverandører som er uavhengige av detaljistene. Begrepet tilknyttede merkevarer (TMV) brukes for å beskrive produkter hvor det finnes en tilknytning mellom en detaljist og merkevaren på produktet.

Leverandørene i dagligvarebransjen opererer med en rekke ulike rabatter og bonuser. Mesteparten av rabattene blir gitt som prosentvis avslag i listeprisen fra leverandørene. I sin rapport om innkjøpsbetingelser fra 2019, deler Konkurransetilsynet rabatter og bonuser inn i følgende hovedkategorier:

- Grossistrabatter som omfatter ulike typer rabatter knyttet til at dagligvarekjedene utfører ulike typer logistikkoppgaver for leverandørene.
- Varelinje- eller produktrabatt som følger den enkelte varen og ofte er den største rabatten.
- Ulike former for bonuser, som for eksempel årsbonus og samarbeidsbonus, som kan gis blant annet basert på kjedens totale innkjøp fra leverandøren.
- Felles markedsføringsmidler (JM), som er betaling fra leverandøren for at dagligvarekjeden sørger for markedsføring av leverandørens produkter.
- Kampanjestøtte, som er rabatter leverandøren gir i forbindelse med kampanjeperioder, typisk knyttet til prisnedsettelse på varer som dagligvarekjeden gjennomfører markedsføringsaktiviteter for.
- Merchandising, som er en rabatt som gis til dagligvarekjeder som selv sørger for påfylling og rydding i butikkhyllene.

2.4 Undersøkelser og kartlegginger

Flere undersøkelser og kartlegginger er relevante for forslagene som omtales i proposisjonen, blant annet fra Dagligvaretilsynet, Konkurransetilsynet, Samfunnsøkonomisk Analyse (SØA) og Menon Economics.

Samarbeidsklimaet i dagligvarebransjen er kartlagt årlig siden 2022. Dagligvaretilsynets undersøkelse av samarbeidsklimaet for 2024 viser at de fleste av aktørene er enige i at informasjon om priser og rabatter er klart definert i avtalen. På den andre siden viste undersøkelsen for både 2024 og 2025 at nesten en tredjedel av leverandørene mener at de mottar krav om ytelser fra de tre største kjedene, uten at motytelsene er spesifisert. Videre viser undersøkelsen at JM er et av områdene hvor det virker å være uenighet mellom kjeder og leverandører, og at en høy andel leverandører gir uttrykk for et misforhold mellom hva de betaler for JM og tjenesten de får tilbake.

Konkurransetilsynet har kartlagt marginer i dagligvarebransjen, med formål om å avdekke om det var forskjeller i marginer mellom EMV og uavhengige leverandørers merkevarer. I en delrapport fra januar 2025 fant tilsynet at marginene varierer mye både for leverandører og dagligvarekjeder, og at det er stor variasjon i kjedenes bruttomarginer for produkter fra ulike leverandører. Det gjelder både leverandørenes merkevarer og EMV. I en utredning fra Konkurransetilsynet fra 2023 om systemet med prisjusteringsvinduer i dagligvarebransjen, viser tilsynet til at dagligvarekjedene konkurrerer om hele handlekurven, og i hovedsak konkurrerer om å tilby lavest pris. For leverandørene er kostnader per produkt, forventet salg, konkurransesituasjonen og priselastisiteten i produktsegmentet sentrale faktorer som påvirker prisstrategien ut til dagligvarekjedene.

SØA leverte i 2023 en kartlegging (rapport 15-2023) og to delrapporter (rapport 16-2023 og 27-2023) om omfanget og virkningen av EMV og vertikal integrasjon for konkurransen i dagligvaremarkedet. SØA konkluderte med at både økonomisk teori og empiri tilsier at bruk av EMV samlet sett har hatt positive virkninger på konkurransen og forbrukernes valgmuligheter i den norske dagligvarebransjen. På sikt kan EMV imidlertid ha uheldige virkninger, for eksempel gjennom å styrke kjedenes portvokterrolle slik at kjedene blir mindre avhengige av de uavhengige leverandørenes produkter. En høy andel EMV kan også bidra til å svekke leverandørenes insentiver til videre produktutvikling og innovasjon. I delrapport 2 om virkninger av EMV og vertikal inte-

grasjon på konkurransen i dagligvaremarkedet anbefalte SØA å vurdere om lov om god handelsskikk bør ha tydeligere bestemmelser om hvilke krav aktørene kan stille til hverandre i forhandlinger. Bakgrunnen var at faste betalinger fra leverandører som ikke er koblet til salg av leverandørens varer, muligens kan gjøre det lettere for aktører i dagligvarebransjen å inngå avtaler som innebærer konkurranseskadelig koordinering.

I en kartlegging av tilgang til dagligvaregrossisttjenester, utført av Menon Economics i 2024, vises det til at det har vært en økt bruk av grossisttjenester de siste tiårene. Til sammenligning var det tidligere vanligere med direktedistribusjon fra produsent eller leverandør til dagligvarekjedene. I dag går majoriteten av dagligvarer i Norge gjennom fullsortimentsgrossistene til de tre store dagligvarekjedene (ASKO, REMA Distribusjon og Coop Distribusjon).

For en mer detaljert gjennomgang av relevante undersøkelser og kartlegginger, se punkt 3 i høringsnotatet av 22. mai 2025.

2.5 Høringen

Nærings- og fiskeridepartementet sendte forslag til endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden (presiseringer i god handelsskikk-standardens mv.) på høring 22. mai 2025. Høringsfristen ble satt til 22. august 2025.

Høringsnotatet ble sendt til følgende høringsinstanser:

Departementene

Dagligvaretilsynet
Datatilsynet
Direktoratet for forvaltning og økonomistyring
Domstoladministrasjonen
Finanstilsynet
Forbrukerrådet
Forbrukertilsynet
Justervesenet
Klagenemndssekretariatet
Konkurransetilsynet
Landbruksdirektoratet
Likestillings- og diskrimineringsombudet
Markedsrådet
Mattilsynet
Miljødirektoratet
Politidirektoratet
Regelrådet
Registerenheten i Brønnøysund
Regjeringsadvokaten

Skattedirektoratet
Statens institutt for forbruksforskning
Statistisk sentralbyrå (SSB)
Tolletaten
Økokrim

Riksrevisjonen
Sivilombudet

Innovasjon Norge
Siva – Selskapet for industrivekst SF

Bergen Center for Competition Law
and Economics
NHH Norges Handelshøyskole
NIBIO – Norsk institutt for bioøkonomi
Nord universitet
Norges miljø- og biovitenskapelige universitet
(NMBU)
NTNU – Norges teknisk-naturvitenskapelige
universitet
OsloMet – storbyuniversitetet
Stiftelsen Handelshøyskolen BI
Universitetet i Agder
Universitetet i Bergen
Universitetet i Oslo
Universitetet i Stavanger
Universitetet i Tromsø

Akademikerne
Arbeidsgiverforeningen Spekter
Baker- og Konditorbransjens Landsforening
Bryggeri- og drikkevareforeningen
Dagligvareleverandørenes forening (DLF)
Den Norske Advokatforening (Advokat-
foreningen)
Fagforbundet
Finans Norge
Gartnerhallen SA
Grøntprodusentenes Samarbeidsråd (GPS)
Handel og Kontor i Norge
Hovedorganisasjonen Virke
Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund (KLF)
KS – Kommunesektorens organisasjon
Kontraktdyrkernes landslag
Kreditorforeningen SA
Kvalitetssystem i landbruket – KSL
Landsorganisasjonen i Norge (LO)
Markedsforbundet
Negotia
NHO Mat og Drikke
NHO Service og Handel
Norges Bondelag
Norges Fiskarlag

Norges Frukt- og Grønnsaksgrossisters Forbund
(NFGF)
Norges Juristforbund
Norges Sildesalgslag SA
Norges sjømatråd AS
Norsk Bonde- og Småbrukarlag
Norsk Gartnerforbund
Norsk Industri
Norsk Landbrukssamvirke
Norsk Nærings- og Nytelsesmiddelarbeider-
forbund
Norske Sjømatbedrifters landsforening
Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO)
Regnskap Norge
Rettspolitisk forening
Revisorforeningen
Samfunnsbedriftene
Skattebetalerforeningen
Skatterevisorenes forening
SMB Norge
Standard Norge
Yrkesorganisasjonenes Sentralforbund (YS)

Aabø-Evensen & Co Advokatfirma AS
Advokatfirmaet BAHR AS
Advokatfirmaet CLP DA
Advokatfirmaet DLA Piper Norway DA
Advokatfirmaet Føyen AS
Advokatfirmaet Grette AS
Advokatfirmaet Hjort AS
Advokatfirmaet Haavind AS
Advokatfirmaet PricewaterhouseCoopers AS
Advokatfirmaet Schjødt AS
Advokatfirmaet Selmer AS
Advokatfirmaet Simonsen Vogt Wiig AS
Advokatfirmaet Thommessen AS
Advokatfirmaet Wiersholm AS
Advokatfirmaet Østgård DA
Advokatfirmaet Arntzen de Besche
AGP Advokater AS
Brækhus Advokatfirma DA
Bull & Co Advokatfirma AS
CMS Kluge Advokatfirma AS
Deloitte Advokatfirma AS
Ernst & Young Advokatfirma AS
Garmann, Mitchell & Co Advokatfirma DA
KPMG Law Advokatfirma AS
Kvale Advokatfirma DA
Menon Economics AS
Oslo Economics AS
Samfunnsøkonomisk Analyse AS
SANDS Advokatfirma DA
Wikborg Rein Advokatfirma AS

Aass Bryggeri AS

Arendals Bryggeri AS
ASKO AS
BAMA Gruppen AS
Berentsens Bryggerhus AS
Billy Storhandel
Bunnpris/I.K. Lykke AS
Coca-Cola Europacific Partners Norge AS
Coop Norge SA
Danish Crown Norway AS
Den Stolte Hane AS
Dr. Oetker Norge AS
E.C. Dahls Bryggeri AS
Eide Handel
Fatland AS
Felleskjøpet Agri SA
Finsbråten AS
Foodora Norway AS
Mondelez Norge AS
Furuset AS
Godt lokalt
Grilstad AS
Hansa Borg AS
Haugen-Gruppen AS
Hennig-Olsen Is AS
Hval Sjokoladefabrikk ASA
Imperial Brands Norway AS
Landkreditt Bank AS
Leiv Vidar AS
Lerum AS
Mack Ølbryggeri AS
Mere Mat AS
Mills AS
Nordfjord Kjøtt AS
Nordisk Kellogg Norge
NorgesGruppen ASA
Nortura SA
Nøgne Ø Det Kompromissløse Bryggeri AS
Oda Norway AS
Orkla ASA
Oskar Sylte Mineralvannsfabrikk AS
Q-Meieriene AS
Reitan Retail AS
Ringnes AS
Scandza AS
Servicegrossistene
Stiftelsen Bondens Marked Norge
Skjerdal Daglegvare AS
Swedish Match Norge
Synnøve Finden AS
TINE SA
Tveter Gård Foredling AS
Wolt Norway AS

Det kom 31 høringsvar. Følgende har realitetsmerknader til forslagene:

Dagligvaretilsynet
Forbrukerrådet
Konkurransetilsynet

Advokatforeningen
Dagligvareleverandørenes forening (DLF)
Fellesklubben i Ringnes
Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund (KLF)
Landsorganisasjonen i Norge (LO)
Negotia
NHO Mat og Drikke
NHO Service og Handel
Norges Bondelag
Norsk Bonde- og Småbrukarlag
Norsk Gartnerforbund
Virke dagligvare
Virke servicehandel

Advokatfirmaet Arntzen de Besche
Bunnpris/I.K. Lykke AS
Coca-Cola Europacific Partners Norge AS
Coop Norge SA
NorgesGruppen ASA
Oda Norway AS
Orkla ASA
Stiftelsen Bondens marked Norge
TINE SA
Victor Guminski
Wolt Norway AS

Følgende instanser har uttalt at de ikke har merknader til forslagene:

Forsvarsdepartementet
Justis- og beredskapsdepartementet

Domstoladministrasjonen
Statistisk sentralbyrå (SSB)

I denne proposisjonen vurderes også enkelte forslag fra en tidligere høring. Departementet sendte forslag til endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden (håndheving) på høring 20. februar 2025. Høringsfristen ble satt til 3. april 2025.

Høringsnotatet ble sendt til de samme høringsinstansene som er nevnt over. Det kom 25 høringsvar. Følgende instanser hadde realitetsmerknader til forslagene:

Dagligvaretilsynet
Forbrukerrådet
Forbrukertilsynet
Konkurransetilsynet

Den Norske Advokatforening
(Advokatforeningen)
Dagligvareleverandørenes Forening (DLF)
Fellesklubben i Ringnes
Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund (KLF)
Landsorganisasjonen i Norge (LO)
NHO Mat og Drikke
NHO Service og Handel
Norges Bondelag
Hovedorganisasjonen Virke

Bondens marked Norge
Coop Norge SA
Hval Sjokoladefabrikk ASA
Mondelēz Norge AS
NorgesGruppen ASA

Orkla ASA
Reitan Retail AS
TINE SA

Følgende instanser uttalte at de ikke har merknader til forslagene:

Forsvarsdepartementet
Justis- og beredskapsdepartementet

Mattilsynet
Statistisk sentralbyrå (SSB)

Hovedsynspunkter i sentrale høringsinnspill gjengis i proposisjonen. Høringsinnspillene er tilgjengelige i sin helhet på departementets nettsider.

3 Lovens tittel og virkeområde

3.1 Gjeldende rett

Lovens tittel er «lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden». Loven er basert på et lovforslag fra Dagligvarelovutvalget, som i 2013 leverte NOU 2013: 6 *God handelsskikk i dagligvarekjeden*. Begrepsbruken er ikke nærmere begrunnet i Prop. 33 L (2019–2020).

Virkeområdet til lov om god handelsskikk følger av § 2. Første ledd første punktum slår fast at loven gjelder «forhandlinger og avtaler om leveranser av dagligvarer» som er «ment for videre salg til forbrukere gjennom utsalgsteder som har salg av dagligvarer som en vesentlig del av sin virksomhet» jf. § 2 første ledd bokstav a. Loven gjelder også forhandlinger og avtaler om leveranser av dagligvarer «for salg til storhusholdning gjennom en part som også leverer dagligvarer til utsalgsteder som nevnt i bokstav a.» For at loven skal gjelde, er det dermed et krav om at avtalene og forhandlingene enten gjelder salg til en dagligvareforretning, eller at formidlingen av varene går gjennom en grossist som også leverer til en dagligvareforretning.

3.2 Forslaget i høringsnotatet

Departementet foreslo å endre tittelen på loven fra lov om god handelsskikk i «dagligvarekjeden» til lov om god handelsskikk i «dagligvarebransjen». Begrunnelsen var blant annet at andre bestemmelser i loven viser til «dagligvarebransjen» og at dette begrepet ga et mer treffende bilde av hva loven gjelder.

Videre foreslo departementet å utvide virkeområdet for loven, slik at forhandlinger og avtaler om salg av dagligvarer til storhusholdningsmarkedet omfattes, uavhengig av om aktøren også leverer dagligvarer til andre utsalgsteder. Bakgrunnen var blant annet at forhandlinger og avtaler om salg av dagligvarer til storhusholdningsmarkedet, etter departementets syn, ikke reiser vesentlig forskjellige utfordringer enn øvrige forhandlinger. Dagens avgrensning gjør det også mulig å organisere virksomheten slik at loven ikke gjelder.

Departementet vurderte at det ville bidra til forutsigbarhet og klarhet at de samme reglene gjelder for alle aktørene som forhandler om leveranser av dagligvarer i både dagligvaremarkedet og storhusholdningsmarkedet.

Departementet ba om høringsinstansenes innspill til om loven også bør gjelde forhandlinger og avtaler om leveranser av dagligvarer til kiosk, bensinstasjoner og servicehandel (KBS). KBS omfattes i dag bare hvis salg av dagligvarer anses som en vesentlig del av virksomheten.

3.3 Høringsinstansenes syn

3.3.1 Tittelen på loven

Fire høringsinstanser uttalte seg om departementets forslag til å endre tittelen på loven. *Dagligvareleverandørenes forening (DLF)*, *Dagligvaretilsynet* og *Norsk Bonde- og Småbrukarlag* støtter departementets forslag. *NHO Mat og Drikke* mener at «dagligvarebransjen» kan oppfattes misvisende og snevert, og foreslår heller «verdikjeden for mat, drikke og dagligvarer».

3.3.2 Lovens virkeområde

14 høringsinstanser støtter en utvidelse av virkeområdet til lov om god handelsskikk. Dette gjelder *Coca-Cola Europacific Partners Norge AS (CCEPN)*, *Coop Norge (Coop)*, *DLF*, *Dagligvaretilsynet*, *Fellesklubben i Ringnes*, *Forbrukerrådet*, *Landsorganisasjonen i Norge (LO)*, *NHO Mat og Drikke*, *NHO Service og Handel*, *Norges Bondelag*, *Norsk Bonde- og Småbrukarlag*, *Norsk Gartnerforbund*, *Orkla ASA (Orkla)*, *Stiftelsen Bondens marked Norge* og *Tine SA*.

Dagligvaretilsynet vurderer at lovens virkeområde bør gjelde i alle kanaler hvor dagligvarer utgjør en vesentlig del av omsetningen og viser til at storhusholdningsmarkedet i stor grad består av de samme aktørene og at markedet utgjør en stor del av omsetningen av dagligvarer. *Coop*, *LO*, *NHO Mat og Drikke* og *DLF* trekker på ulike måter fram at varer og aktører i dagligvaremarkedet, storhusholdning og KBS i hovedsak er de

samme og at en utvidelse av virkeområdet kan bidra til mer helhetlige regler, forutsigbarhet og klarhet. DLF slutter seg til omtalen i NOU 2013: 6 om at det vil være for snevert å avgrense til salg i dagligvareforretninger og viser også til at loven gir uttrykk for allmenne prinsipper. Etter *Dagligvaretilsynets* syn virker det litt tilfeldig hvorfor bare deler av forhandlingene og kontraktene skal være underlagt loven. NHO Mat og Drikke, CCEPN, Orkla og Tine SA stiller seg bak DLFs høringssvar. Orkla stiller seg også bak NHO Mat og Drikkes høringssvar. Wolt Norway AS stiller spørsmål ved om enkelte aktører kun tilbyr levering til nye dagligvarekjeder gjennom sine storhusholdningsselskaper for å omgå lov om god handelsskikk.

Enkelte høringsinstanser stiller spørsmål ved behovet for å inkludere kiosk, bensinstasjoner og servicehandel i virkeområdet. *Dagligvaretilsynet* og *Forbrukerrådet* viser til at behovet ikke er like stort, blant annet fordi omsetningen av dagligvarer er fordelt på færre produkter og leverandører, at volumet er lavere og at KBS uansett omfattes når salg av dagligvarer er en vesentlig del av virksomheten. Begge instansene støtter likevel at KBS omfattes av virkeområdet, ettersom loven gir uttrykk for flere generelle kontraktsrettslige prinsipper, som uansett vil gjelde også i denne kanalen. De fleste som uttaler seg, støtter at både storhusholdning og KBS omfattes fullt ut av loven, herunder *Fellesklubben i Ringnes*, *Norges Bonde- og Småbrukarlag*. Sistnevnte uttaler at utfordringer knyttet til maktkonsentrasjon i verdikjeden for mat også omfatter storhusholdning og KBS, selv om det konkret kan skille seg noe fra maktforholdet mellom leverandør, grossist og dagligvarekjedene.

Noen høringsinstanser mener at virkeområdet bør utvides videre enn det som er foreslått. *Norsk Gartnerforbund* mener at virkeområdet bør omfatte alle omsetningsledd, inkludert storhusholdning og primærleddet. *Coop* uttaler at virkeområdet bør bidra til god handelsskikk både horisontalt og vertikalt i alle ledd i verdikjeden. Begrunnelsen er at lovens intensjon er å skape balanse mellom de ulike leddene i verdikjeden. DLF mener prinsippet må være at loven gjelder i alle kanaler der dagligvarer selges, uavhengig av hvilke betegnelser som til enhver tid benyttes på de ulike salgskanaler i dagligvare- og serveringsmarkedet. DLF viser også til en bransjegliding der dagligvarer selges gjennom flere andre utsalgssteder, for eksempel apoteker. På denne bakgrunnen foreslår DLF følgende virkeområde

for loven: «Loven gjelder for forhandlinger og avtaler om leveranser av dagligvarer som er ment for videresalg til forbruker eller til aktører i serveringsmarkedet.» DLF mener at begrepene i departementets forslag er i ferd med å bli utdaterte.

Advokatforeningen, *Bunnpris*, *NorgesGruppen ASA* (*NorgesGruppen*), *Virke dagligvare* og *Virke servicehandel* er kritiske til forslaget og mener det ikke er tilstrekkelig utredet. Etter *NorgesGruppens* syn skaper unødvendig regulering administrative byrder og kan gi utilsiktede konsekvenser som økte kostnader, større usikkerhet, påvirkning av forhandlingene og økte priser. Både *NorgesGruppen* og *Virke dagligvare* gir uttrykk for at loven ikke bør omfatte noen deler av deler av storhusholdningsmarkedet. Når det gjelder KBS, uttaler *Virke servicehandel* at en utvidelse vil være utfordrende, blant annet fordi disse aktørene konkurrerer med et bredt spekter bransjer og kanaler om salg av slike varer. *Virke servicehandel* viser til at det vil være uheldig dersom servicehandelen underlegges andre reguleringer enn øvrige aktører i markedet for raske måltidsløsninger, som burgerkjeder, veikroer og bakeriutsalg. *Virke dagligvare* savner en vurdering av om virkeområdet er tilstrekkelig balansert mellom leverandør- og handelsleddet. Det vises til at loven ikke bør begrenses til å gjelde enkelte aktører i en bransje, men må gjelde alle aktører i bransjen, slik at rammevilkårene blir like. *Bunnpris* henviser til Virkes høringssvar.

3.4 Departementets vurderinger

3.4.1 Tittelen på loven

Departementet opprettholder forslaget om å endre tittelen på loven til «lov om god handelsskikk i dagligvarebransjen». Etter departementets vurdering er «dagligvarebransjen» et mer presist og dekkende begrep enn «dagligvarekjeden», og mindre egnet til å skape forvirring. Departementet deler ikke vurderingen fra NHO Mat og Drikke om at begrepet «dagligvarebransjen» kan oppfattes misvisende og snevert. Uttrykket «verdikjeden for mat, drikke og dagligvarer» kan for eksempel gi inntrykk av at loven også omfatter forhandlinger mellom primærprodusenter og industriaktører, som eksplisitt er unntatt lovens virkeområde i § 2 andre ledd andre punktum.

3.4.2 Lovens virkeområde

Departementet opprettholder forslaget om å utvide virkeområdet for lov om god handelsskikk

til også å omfatte forhandlinger og avtaler om leveranser av dagligvarer til storhusholdningsmarkedet. Et flertall av høringsinstansene som uttalte seg, støttet forslaget. Instansene viste blant annet til at både aktørene og varegruppene i hovedsak er de samme i storhusholdningsmarkedet og at en utvidelse kan bidra til forutsigbarhet og klarhet. Departementet vurderer også at kiosk, bensinstasjoner og servicehandel (KBS) bør omfattes av loven. Dette fikk i hovedsak støtte av høringsinstansene, selv om noen også påpekte at behovet ikke var like påtrengende som for storhusholdning.

I likhet med flere av høringsinstansene legger departementet vekt på at en stor andel av varene produseres for alle tre markeder, og at forhandlingene gjerne gjøres på tvers av de ulike distribusjonskanalene. Som departementet viste til i høringsnotatet, har flere aktører som i hovedsak betjener storhusholdningsmarkedet dukket opp de siste årene. Aktører som ikke distribuerer til utsalgsteder som har videresalg av dagligvarer som en vesentlig del av sin virksomhet, faller imidlertid utenfor virkeområdet til lov om god handelsskikk. Dette gjør det mulig for en aktør å organisere seg på en slik måte at loven ikke gjelder. Etter departementets syn er dette uheldig og motvirker hensikten med loven.

Høringsinstansene som ikke støtter forslaget, vurderer at en utvidelse av virkeområdet innebærer unødvendig regulering og vil være kostnadsdrivende. Det trekkes også fram at det vil være uheldig dersom servicehandelen underlegges andre reguleringer enn øvrige aktører i markedet for raske måltidsløsninger. Departementet vurderer at konsekvensene av å utvide virkeområdet for loven er små. Loven gir uttrykk for flere generelle

kontraktsrettslige prinsipper, som uansett vil gjelde på alle områdene. Både storhusholdningsmarkedet og KBS omfattes i noen grad av loven i dag. I tillegg gjelder markedsføringslovens bestemmelser om blant annet god forretnings-skikk generelt for næringsvirksomhet. Den vesentlige forskjellen er at lov om god handelsskikk håndheves av et offentlig tilsyn.

Etter departementets syn, vil en utvidelse av virkeområdet til å omfatte storhusholdning, kiosk, bensinstasjoner og servicehandel innebære mer helhetlige regler og gi større forutsigbarhet for aktørene, særlig for leverandørene som uansett må forholde seg til de ulike kanalene. Departementet vurderer også at en slik utvidelse bidrar til forenkling, ved at aktørene i mindre grad må vurdere om konkrete forhandlinger rammes av loven. Etter departementets syn er det heller ikke noe ved slike forhandlinger som tilsier at de ikke bør være omfattet av loven.

Det har kommet innspill i høringen om at begrepene «storphusholdning» og «kiosk, bensinstasjoner og servicehandel» er i ferd med å bli utdaterte. Både Dagligvaretilsynet og DLF bruker begrepet «serveringsmarkedet» om storhusholdning. Selv om begrepsbruken er i utvikling, vurderer departementet at det på nåværende tidspunkt er hensiktsmessig å bruke de etablerte begrepene. Begrepet «serveringsmarkedet» kan oppleves som noe mer enn det som tradisjonelt har blitt kalt storhusholdning, og det er etter departementets syn risiko for utilsiktede konsekvenser ved å endre begrepsbruken nå. Av samme grunn foreslår departementet heller ikke å utvide virkeområdet ytterligere, slik enkelte høringsinstanser har foreslått.

4 Rimelig forhold mellom betalinger og tjenesteleveranser

4.1 Gjeldende rett

Rabatter og betalinger reguleres ikke eksplisitt i lov om god handelsskikk. Det følger imidlertid av § 6 om skriftlighet at avtaler «klart» skal beskrive hvilke ytelser partene er forpliktet til å levere.

I merknaden til § 6 i Prop. 33 L (2019–2020) framgår det at friheten til å avtale ikke-lineære vilkår ofte vil være nødvendig for å oppnå effektivitet i kontraktene. Med ikke-lineære vilkår menes elementer som ikke er proporsjonale med antall varer i kjøpet, for eksempel bonuser, rabatter og felles markedsføring. I merknaden står det eksplisitt at det ikke er et krav at rabatter fra en leverandør skal videreføres i form av rabatter eller markedsføring av denne leverandørens produkter, og at dette er forhold som partene selv må avklare i avtalen innenfor rammene som følger av konkurranseloven. Videre følger det av merknaden at lovbestemmelsen først og fremst krever at avtalene er klare på hva som er betaling for en tjeneste og hva som er kontantoverføring eller rabatt.

4.2 Forslaget i høringsnotatet

I drøftelsen av regulering av rabatter og betalinger i høringsnotatet, viste departementet til at avtale- og forhandlingsfrihet i utgangspunktet gir det mest effektive resultatet. Samtidig viste departementet til at det kan være forhold i et marked eller en verdikjede, som tilsier at det er behov for å regulere ulike kontraktsvilkår nærmere. Departementet foreslo derfor flere endringer om rabatter og betalinger.

Departementet foreslo å lovfeste at betalinger for tjenester skal stå i et rimelig forhold til kostnadene ved å levere tjenesten. Etter departementets vurdering, ville et slikt krav bidra til å forhindre at aktører betaler for høye priser for tjenester de er avhengige av å kjøpe fra en annen aktør. Departementet vurderte også at kravet kunne føre til mer åpenhet mellom kontraktspartene og mer forutsigbarhet i forhandlingene mellom leverandører og dagligvarekjeder.

Videre foreslo departementet strengere skriftlighetskrav knyttet til visse typer betalinger. Disse omtales i punkt 5.

4.3 Høringsinstansenes syn

Totalt var det 24 høringsinstanser som uttalte seg om departementets forslag om å lovfeste at betalinger for tjenester skal stå i et rimelig forhold til kostnadene ved å levere tjenesten. Av disse var om lag 16 instanser nøytrale eller positive til departementets forslag, herunder *Advokatfirmaet Arntzen de Besche (Arntzen de Besche)*, *Coca-Cola Europacific Partners Norge AS (CCEPN)*, *Dagligvareleverandørenes forening (DLF)*, *Dagligvaretilsynet*, *Forbrukerrådet*, *Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund (KLF)*, *Landsorganisasjonen i Norge (LO)*, *Negotia*, *NHO Mat og Drikke*, *Norges Bondelag*, *Norsk Bonde- og Småbrukarlag*, *Norsk Gartnerforbund*, *Orkla ASA*, *Stiftelsen Bondens marked Norge*, *Tine SA*, *Wolt Norway AS (Wolt)* og *privatperson Victor Guminski*. Syv høringsinstanser støtter ikke departementets forslag. Dette gjelder *Advokatforeningen*, *Bunnpris*, *Coop Norge SA (Coop)*, *Konkurransetilsynet*, *NorgesGruppen ASA (NorgesGruppen)*, *Virke dagligvare* og *Virke servicehandel*.

Flere høringsinstanser, deriblant *Arntzen de Besche*, *LO* og *Norges Bondelag*, deler departementets vurdering av at forslaget kan føre til mer åpenhet og forutsigbarhet i forhandlingene mellom leverandører og dagligvarekjeder. *Dagligvaretilsynet* vurderer at forslaget vil legge til rette for økt proporsjonalitet mellom ytelser og motytelser, og til at betalinger i større grad reflekterer reelle verdier. Etter tilsynets vurdering kan det bidra til å beskytte mellomstore og mindre aktører fra å bli utnyttet av aktører med sterkere forhandlingsmakt og gjøre forhandlingene mer effektive. *Wolt* uttaler at det er en utfordring at prisbildet er så lukket og at det nesten er umulig å skille utgiftene på en vare fra lager- og leveringskostnaden. *KLF* vurderer at det foreslåtte kravet er rimelig, men uttaler at det er vanskelig å se at det vil være noen reell endring i forhold til dagens situasjon.

Blant de som ikke støtter departementets forslag, er blant andre *Coop*, *NorgesGruppen* og *Virke dagligvare* kritiske til at forslaget griper inn i den alminnelige avtale- og forhandlingsfriheten og mekanismene for prisdannelse. *Coop* viser til at forhandlingene og prisfastsettelsene er sammen-satte og at denne typen regulering vil kunne påvirke konkurransen i negativ forstand i form av høyere priser og redusert kampanjebredde, samt føre til redusert effektivitet i kontraktsforhold. *NorgesGruppen* tolker forslaget som et krav om kostnadsbasert prising, og viser til at dette vil bety svekket konkurranse, blant annet fordi det vil redusere insentivene til å utvikle og tilby tjenestene, gi mindre effektiv fordeling av ressurser med begrenset kapasitet og begrense partenes muligheter til å inngå det de vurderer som de mest effektive avtalene. Både *Coop* og *Virke dagligvare* trekker fram som mulig effekt at kjedene får insentiver til å satse på etablerte merkevarer, fremfor varer fra nye og mindre leverandører. *Bunnpris* viser til utgangspunktet om at avtale- og forhandlingsfrihet gir det mest effektive resultatet og henviser videre til Virkes høringssvar. *Virke servicehandel* stiller seg også bak høringssvaret fra Virke dagligvare.

Coop mener det verken foreligger et reelt behov eller grunnlag for en slik regulering, og at dette er prinsipper som langt på vei allerede reguleres av dagens regelverk. Etter *Advokatforeningens* syn bør behovet for og konsekvensene av forslaget utredes nærmere før et slikt forslag eventuelt vedtas. *NHO Service og Handel* uttaler generelt at det framstår som et paradoks å skjerpe loven på områder der behovet ikke er dokumentert gjennom flere års aktivt tilsyn. Videre viser *NHO Service og Handel* til at innstramminger i handelsatferd kan risikere å etablere uforutsigbare flytende juridiske terskler, som igjen øker sannsynligheten for kostbare prosesser om mulige uaktsomme brudd, noe som vil være kontraproduktivt og kan påvirke konkurransedyktigheten til næringslivet negativt. *NorgesGruppen* viser til departementets uttalelse i høringsnotatet om at det ikke er grunnlag for å konkludere med at ubalanse mellom betalinger og ytelser er et utbredt problem, og uttaler at det derfor bør være unødvendig å ta sjansen på negative konsekvenser ved å innføre en slik regulering.

Blant andre *Negotia* og *Norges Bondelag* mener at verdien av motytelsen må inngå i rimelighetsvurderingen. *DLF* støtter at ytelsens verdi beregnes med utgangspunkt i kostnadene ved å produsere ytelsen. *DLF* påpeker samtidig at det er en risiko for at betalingen for en tjeneste i avtalene

mellom leverandører og dagligvarekjeder ikke framstår som definert pris for en definert tjeneste. *DLF* viser til at prisen for en tjeneste ofte ikke forhandles isolert, men ses i forhold til verdien av det kommersielle forholdet mellom leverandøren og dagligvarekjeden. *Orkla ASA*, *CCEPN* og *Tine SA* stiller seg bak *DLF*s høringssvar. Flere av de som er negative til forslaget, trekker også fram verdien av motytelsen, se under. *NHO Mat og Drikke* mener at betalinger for ytelser bør reflektere kostnadene ved å produsere ytelsen, men påpeker at det er sannsynlig at betalingsvilligheten i markedet vil variere etter bl.a. produksjonskostnader, framtidig forventet salg og inntekter knyttet til hva det forhandles om. *Orkla ASA* stiller seg bak *NHO Mat og Drikkes* høringssvar.

Virke dagligvare mener at forslaget er egnet til å skape en betydelig skjevhet i balanseforholdet mellom kjedene og leverandørene. Etter Virke dagligvares syn bør en begrensning i dagligvarekjedenes adgang til å ta betalt for verdien som deres tjenester tilfører leverandørene, reflekteres i en tilsvarende begrensning i leverandørenes adgang til å prise sine varer. Virke dagligvare viser til at fortjenestemarginer for flere leverandører indikerer at prisen som kjedene betaler for deres varer i mange tilfeller overgår kostnadene til produksjon og levering. Også *NorgesGruppen* uttaler at det er vanskelig å forstå hvorfor det skal gjelde et krav om kostnadsbaserte priser for kjedenes tjenester, men ikke for leverandørenes produkter.

Etter *NorgesGruppens* syn overser forslaget at nytten av tjenesten for mottaker ofte avviker fra de direkte kostnadene ved å yte tjenesten. *NorgesGruppen* uttaler at det i praksis vil bli umulig å gjennomføre et slikt krav og viser til at det ikke alltid er mulig å splitte opp hver enkelt motytelse og sette en kostbasert pris på disse. *Konkurransetilsynet* forstår forslaget slik at kjedene må kunne dokumentere sine kostnader for at leverandørene skal kunne forsikre seg om at bestemmelsen etterlevs. Konkurransetilsynet mener at forslaget kan binde opp betydelige ressurser hos håndhevende organ og at det mest sannsynlig vil kreve omfattende undersøkelser å beregne kostnader ved motytelser og ta stilling til om de er rimelig priset. Tilsynet vurderer at overføringsverdien mellom saker sannsynligvis vil være liten, noe som kan gjøre det vanskelig å utvikle rettslige standarder som gir forutberegnelighet i forhandlinger.

Enkelte høringsinstanser har innspill til ordlyden i forslaget. Både *Dagligvaretilsynet* og *Arntzen de Besche* trekker fram at ordlyden «rimelig for-

hold» er skjønnsmessig. *Arntzen de Besche* vurderer at ordlyden har et tvistepotensial og viser til at partene mest sannsynlig vil ha ulike oppfatninger om hva som er rimelig. Advokatfirmaet trekker fram mer effektiv håndheving av loven som noe som kan redusere usikkerheten og tvistepotensialet. *Advokatforeningen* påpeker at det er uklart hva som ligger i levering av «tjeneste» og at dette i tilfelle bør klargjøres. *NorgesGruppen* påpeker at det ikke er forklart hvilke typer tjenester som omfattes. Basert på fortalen til UTP-direktivet, vurderer DLF at det er et generelt prinsipp om at betalinger skal baseres på objektive vurderinger og være rimelige. DLF foreslår at ordlyden i departementets forslag til § 9a endres til «[b]etalinger avtalt mellom leverandører og dagligvarekjeder, grossister og detaljister skal være basert på et objektivt og rimelig skjønn og stå i et rimelig forhold til verdien av motytelsen».

Forbrukerrådet viser til at det i utgangspunktet høres fornuftig ut at betalinger skal stå i et rimelig forhold til kostnadene, men er usikre på om forslaget innebærer et krav som er nødvendig eller mulig å håndheve på en rasjonell måte. Etter Forbrukerrådets syn er det grunnleggende problemet at leverandørene blir presset til å betale for aktiviteter hvor det er naturlig at grossistene eller detaljistene bærer kostnadene. Forbrukerrådet mener det vil være mer fornuftig å regulere hvilke former for motytelser en kjede eller grossist kan kreve prisavslag for og at formålet bak departementets forslag kan løses bedre med et forbud mot ekskluderende rabatter. *Norsk Gartnerforbund* uttaler at lov om god handelsskikk bør ha en generell forbudsbestemmelse mot urimelige avtalevilkår.

DLF foreslår i tillegg en ny bestemmelse for å understreke viktigheten av at forbrukerne får en rimelig andel av rabatter og betalinger som avtales mellom leverandørene og kjedene. DLF vurderer at en bestemmelse kan formuleres etter inspirasjon fra konkurranseloven § 10 tredje ledd. DLF foreslår følgende konkrete bestemmelse:

§ Rabatter og forbrukerpris

Innkjøpere av dagligvarer skal sikre at forbrukerne får en positiv prisvirkning av alle rabatter og andre økonomiske ytelser som fremforhandles med dagligvareleverandørene ved innkjøp av en vare ved at den netto pris som fremkommer etter at alle rabatter og økonomiske ytelser som har sammenheng med varen er medregnet, skal danne utgangspunktet ved beregningen av påslag i kalkylen og forbrukerpris.

4.4 Departementets vurderinger

4.4.1 Generelt om regulering av et krav om rimelig forhold

Departementet merker seg at flere høringsinstanser vurderer at det ikke er behov for en regulering av et krav om rimelig forhold mellom betalinger for tjenesteleveranser og kostnadene ved å levere tjenesten, eller at behovet må utredes mer før det kan vedtas. Rabatter og betalinger er sentrale momenter i forhandlinger mellom dagligvarekjeder og leverandører. Som det framgikk av høringsnotatet, har departementet ikke grunnlag for å konkludere med at ubalanse mellom betalinger og ytelser er et utbredt problem. Blant utfordringene som beskrives i punkt 2.1, er det likevel en viss bekymring blant leverandører om størrelsen på betalinger og uklarheter om hva betalingene gjelder for. Dagligvaretilsynets samarbeidsundersøkelse for 2025 viser for eksempel at mellom 31 og 51 prosent av leverandørene er uenige i at betalinger til de tre største kjedene for felles markedsføring er i samsvar med den avtalte tjenesten. Mellom 23 og 34 prosent av leverandørene svarer at de har fått krav om ytelser uten at motytelser fra kjeden er spesifiserte.

Etter departementets vurdering er det sannsynlig at flere av de nevnte utfordringene, i det minste delvis, skyldes ubalanse i forhandlingsmakten mellom leverandører og grossister og dagligvarekjeder. På grunn av sterk kjøpermakt, er det rimelig å anta at enkelte aktører har mulighet til å tvinge gjennom vilkår i egen favør. Kjøpermakt på detaljistleddet kan i teorien bidra til lavere sluttbrukerpriser fordi prisene allerede presses ned lenger opp i verdikjeden. Samtidig kan dagligvarekjedene, gitt den makten de besitter, utnytte situasjonen til å ta ut høyere marginer selv, slik at en eventuell prisreduksjon og gevinst ikke overføres til forbrukerne. Videre kan for sterk kjøpermakt over tid redusere insentivene til innovasjon, som kan gi en risiko for at leverandører trer ut av markedet. Særlig på lengre sikt kan dette ha negative konsekvenser for effektivitet, priser og utvalg i dagligvarebransjen.

Departementet legger til grunn at et prinsipp om rimelig forhold mellom betalinger og verdien av ytelser bør være et grunnleggende hensyn, og at det i stor grad kan anses som et utslag av prinsippene om redelighet og lojalitet i kontraktsforhold. Departementet viser til at Dagligvarelovutvalget i NOU 2013: 6 i punkt 13.5 la til grunn en definisjon av «god handelsskikk» som henviser til «rimelig risikofordeling» mellom partene. Utval-

get ga uttrykk for at «rimelig» kan knytte seg til at forholdet mellom ytelser må være noenlunde balansert. I Prop. 33 L (2019–2020) punkt 5.2.4 vurderte departementet at mange av utfordringene i bransjen skyldes manglende lojalitet i kontraktsforholdet. Med dette som bakgrunn, vurderer departementet at et prinsipp om rimelig forhold langt på vei allerede er en del av god handelsskikk-standardens. Etter departementets vurdering, gir likevel forholdene som er omtalt over grunn til å synliggjøre prinsippet direkte i loven. Dette kan også understøtte lovens formål om redelighet, forutberegnelighet og lojalitet.

En regulering vil medføre et noe større inngrep i avtalefriheten mellom partene enn det loven innebærer i dag, blant annet ved at det i større grad legges føringer for utfallet av forhandlingene. Etter departementets syn vil imidlertid fordelene med regulering veie opp for ulempene. Forholdet mellom betalinger og enkelte typer ytelser er et område der departementet vurderer at regulering kan redusere usikkerheten mellom kontraktspartene. Samtidig kan det bidra til å redusere risikoen for at aktører tvinges til å gå med på urimelige vilkår. Etter departementets vurdering, utgjør ikke reguleringen et stort inngrep i avtalefriheten, ettersom god handelsskikk-standardens og alminnelige kontraktsrettslige regler allerede delvis omfatter et slikt krav.

Flere av høringsinstansene peker på at frie forhandlinger er det beste utgangspunktet for effektive resultater. Departementet deler dette synet, og vurderer derfor at en regulering bør begrenses til generelle rammer som i størst mulig grad ivaretar aktørenes forhandlingsfrihet. En regulering bør også ha som mål at den ikke reduserer de positive virkningene av rabatter og betalinger. Det kan være rimelige grunner til at rabatter inngår i avtaler mellom leverandørene og kjeder, blant annet fordeling av risiko mellom partene. Enkelte typer rabatter og betalinger kan imidlertid ha effekter som ikke er forbrukervennlige. Se nærmere om virkningene av slike rabatter i Konkurransetilsynets rapport «Betaling for hylleplass – Virkninger for konkurransen i dagligvaremarkedet i Norge» fra 2005, for eksempel i punkt 4.3 til 4.6, 6.4 og 6.7. Departementet har vurdert disse hensynene i utformingen av kravet.

4.4.2 Nærmere om utformingen av kravet

Departementet foreslår flere justeringer i utformingen av kravet på bakgrunn av høringsinstansenes innspill. For det første foreslår departementet å plassere bestemmelsen som en ny § 6 a,

istedenfor ny § 9 a. Med dette framgår kravet i sammenheng med de gjeldende bestemmelsene om beskyttelse av partenes investeringer (§ 5) og skriftlighet og klarhet (§ 6). Dette medfører også at det ikke blir nødvendig å endre forskriftshjemmelen for at kravet kan presiseres i forskrift.

Forslaget i høringsnotatet var å regulere at betalinger for tjenesteleveranser mellom leverandører og dagligvarekjeder, grossister og detaljister skal stå i et rimelig forhold til «kostnadene ved å levere tjenesten». Departementet foreslår isteden å regulere at betalinger og rabatter for tjenesteleveranser skal stå i et rimelig forhold til «verdien av leveransen». Videre foreslår departementet å regulere at verdien skal fastsettes basert på rimelige og objektive kriterier.

Med «betalinger» vises det til pengebeløpet som overføres mellom næringsaktørene, som vederlag for en ytelse. Begrepet omfatter også eventuelle rabatter. Av pedagogiske hensyn vurderer departementet at bestemmelsen burde vise til «betalinger og rabatter». Endringen innebærer ingen realitetsendringer sammenlignet med forslaget i høringsnotatet.

Forslaget i høringsnotatet gjaldt betalinger for «tjenesteleveranser». Enkelte høringsinstanser viser til at det er uklart hva som ligger i levering av tjenester. Departementet viser til at hovedhensikten med forslaget er å framheve at det finnes en grense for betalinger for det som kan beskrives som støttetjenester eller støtteaktiviteter til salg av varer. For eksempel betalinger for distribusjon, felles markedsføring, hylleplass mv. Etter departementets syn er det hensiktsmessig å bruke begrepet «tjenesteleveranser» for å beskrive de aktuelle aktivitetene. Eksemplene som er nevnt over er ikke uttømmende, og også andre lignende støtteaktiviteter vil omfattes. Departementet foreslår at eksemplifiseringen framgår direkte av lovteksten, slik at det blir tydeligere hvilke typer tjenester som omfattes av kravet.

Enkelte høringsinstanser argumenterer for at mer enn tjenester burde omfattes av et krav om rimelig forhold. Som nevnt over, vurderer departementet at et prinsipp om rimelig forhold mellom betalinger og verdien av ytelser langt på vei er en del av god handelsskikk-standardens i § 3. Denne gjelder generelt og omfatter dermed alle kontraktsforpliktelser. På nåværende tidspunkt er det kun for støttetjenestene at departementet ser et behov for, og nytte av, en synliggjøring av prinsippet direkte i loven.

Departementet vurderer at det ikke er nødvendig å nevne aktørene direkte i lovbestemmelsen, slik forslaget var i høringsnotatet. Det følger uan-

sett av § 3 om den generelle god handelsskikk-standard at kravet gjelder næringsdrivende i dagligvarebransjen.

Enkelte av høringsinstansene opplever at det er uklart hva som ligger i begrepet «rimelig forhold», og viser til at uklarheten kan medføre tvistepotensial. Hva som ligger i «rimelig forhold» må være en skjønnsmessig vurdering for at bestemmelsen skal kunne benyttes i ulike kontekster og avtaleforhold. Det må derfor vurderes konkret i hvert enkelt kontraktsforhold, slik det også må ved anvendelsen av andre kontraktsrettslige regler. Bestemmelsen vil komme i tillegg til alminnelige kontraktsrettslige regler, for eksempel avtaleloven § 36. Praksis etter avtaleloven § 36 viser imidlertid at terskelen for å konstatere urimelighet eller strid mot god forretningsskikk i kontraktsforhold mellom næringsdrivende er høy. Departementet vurderer at det bør forventes mer av den sterkere parten i avtaleforholdet i avtaler som omfattes av lov om god handelsskikk enn det som følger av alminnelig kontraktsrett. Kravet skal imidlertid ikke være til hinder for at partene oppnår en fortjeneste. Dette vil inngå i rimelighetsvurderingen. Etter departementets vurdering vil det rettslige innholdet i begrepet «rimelig forhold», og i bestemmelsen for øvrig, klargjøres gjennom veiledning og praksis. Ettersom bestemmelsen er tett knyttet til prinsippet om lojalitet i kontraktsforhold, kan rettspraksis om dette ha overføringsverdi.

Flere høringsinstanser mener at det må tas hensyn til verdien av ytelsen i rimelighetsvurderingen. Enkelte viser til at det ofte er et vesentlig avvik mellom kostnaden ved å levere en tjeneste, og verdien av ytelsen for mottaker. Dette gjelder for eksempel for kjedenes markedsføring av leverandørenes produkter, der verdien for leverandøren av eksponeringen kan overstige kjedens direkte kostnader ved å markedsføre. En streng fortolkning av et krav om rimelig forhold mellom betalinger og kostnader knyttet til tjenesteleveranser, kan redusere aktørenes insentiver til å tilby og redusere kostnadene ved slike tjenester. Departementet foreslår derfor at kravet om rimelig forhold knyttes til betalinger og «verdien» av leveransen. Dette åpner for en bredere vurdering enn dersom kravet kun knyttes til kostnadene. Etter departementets syn er dette også mer i tråd med andre juridiske vurderinger i kontraktsforhold.

For å redusere usikkerhet mellom partene og gi en viss presisering av kravet, foreslår departementet å regulere overordnet hvordan verdien skal fastsettes. Departementet foreslår at verdien

skal fastsettes basert på rimelige og objektive kriterier. Selv om kravet etter forslaget knytter seg til «verdien», er kostnadene ved å levere ytelsen likevel en sentral del av hvordan verdien kan fastsettes. Andre relevante momenter i fastsettelsen av verdien er blant annet leveransens art, omfang og kvalitet, betydningen av leveransen for mottakeren og omstendighetene ellers.

Enkelte høringsinstanser mener at betalingen for en ytelse bør vurderes i sammenheng med eventuelle motytelser. Departementet deler denne vurderingen. Som det framgår av Konkurransetilsynets rapport om innkjøpspriser fra 2019, er flere rabatter som leverandørene opererer med, i realiteten betaling for motytelser, eller tjenester som en dagligvarekjede utfører for leverandøren. Der som verdien av de aktuelle motytelsene ikke regnes med i vurderingen, kan det gi inntrykk av at det foreligger en ubalanse i det aktuelle avtaleforholdet. Slik forslaget er formulert nå, åpnes det for at verdien av eventuelle motytelser kan tas i betraktning i vurderingen av om det foreligger et rimelig forhold mellom betalingen for en tjenesteleveranse og verdien av leveransen.

Som de øvrige bestemmelsene i lovens kapittel 2, innebærer kravet om rimelig forhold mellom betalinger og verdien av tjenesteleveranser en presisering av den generelle standarden om god handelsskikk i § 3. Bestemmelsene bør ses i sammenheng. Departementet understreker at det i enkelte tilfeller kan være nødvendig å se hen til hele kontrakten, selv om det kan framstå som at enkelte betalinger for tjenesteleveranser ikke står i et rimelig forhold til verdien av leveransen. Det er ikke utenkelig at ubalanserte vilkår i favør av én part ett sted, veies opp av et vilkår som er ubalansert i motsatt retning et annet sted. Det bør imidlertid vurderes grundig om slike ubalanserte vilkår kan oppveie hverandre. Det sentrale for vurderingene er om handlinger strider mot god handelsskikk, som igjen skal være basert på redelighet, forutberegnelighet og lojalitet.

4.4.3 Virkninger ved bruk av rabatter

Flere høringsinstanser trekker fram viktigheten av at rabatter følger varen ut til forbruker. Dette er også Stortinget opptatt av. I anmodningsvedtak 574, vedtatt 4. februar 2021 ber Stortinget regjeringen om å komme tilbake med forslag om hvordan man i dagligvarebransjen kan tilrettelegge for at rabatter som oppnås i forhandlingene mellom leverandører og kjeder, i større grad følger varen. Forslagene om rimelig forhold mellom betalinger for tjenesteleveranser og verdien av leveransen og

om strengere krav til skriftlighet er blant annet ment å bidra til at rabattene som gis i forhandlinger i større grad er koblet til det som leveres.

Som omtalt over, er hensikten med forslaget å framheve og klargjøre at det finnes en grense for betalinger for støttetjenester eller støtteaktiviteter til salg av varer. Dersom det skjer i dag at betalinger for tjenesteleveranser ikke står i et rimelig forhold til verdien av leveransen, for eksempel ved at betalingen vesentlig overgår verdien, kan begrensninger i muligheten til å kreve store betalinger for støttetjenester føre til at aktørene øker bruken av rene varerabatter. Det kan dermed også føre til tøffere forhandlinger om slike rabatter. Såfremt det er tilstrekkelig konkurranse i markedet, vurderer departementet at aktørene også gis insentiver til å videreføre rabattene til forbrukerne.

Departementet vurderer at en direkte regulering av at rabatter skal følge varen, vil innebære et betydelig og uforholdsmessig inngrep i avtalefriheten. Det vil også innebære at resultatet av forhandlinger i større grad dikteres av loven, og dermed reduserer fleksibiliteten for partene. Mindre fleksibilitet for aktørene kan gi økte kostnader ved avtalene og høyere priser på dagligvarer til forbru-

kerne. Videre kan en streng regulering av én type rabatt føre til en vridning i hvilke rabatter som gis i forhandlingene.

Forslaget fra DLF om rabatter og forbrukerpris, innebærer en bestemmelse som regulerer utgangspunktet ved beregning av påslag i kalkyler og forbrukerpris, og som i større grad innebærer en direkte regulering av rabatter. Utgangspunktet foreslås å være «[...] den netto pris som fremkommer etter at alle rabatter og økonomiske ytelser som har sammenheng med varen er medregnet». Departementet bemerker at en slik bestemmelse ikke er hørt, og at virkningene av forslaget må utredes grundig før en eventuell høring. Departementet viser til at størst mulig forhandlings- og avtalefrihet normalt gir det mest effektive resultatet. Departementet vil derfor påpeke at det er risiko for at en slik bestemmelse vil binde opp partene på en måte som kan føre til mindre effektive forhandlinger og gi høyere priser på dagligvarer til forbrukere. Etter departementets syn er det mer hensiktsmessig med innstramminger i mulighetene til å bruke rabatter som ikke gjelder salget av en vare. Dette kan føre til mer bruk av rabatter som følger varen.

5 Strengere skriftlighetskrav for visse betalinger

5.1 Gjeldende rett

Som nevnt over, reguleres ikke rabatter og betalinger eksplisitt i lov om god handelsskikk. Loven § 6 om skriftlighet og klarhet krever imidlertid at avtaler mellom partene skal inngås «skriftlig», og at avtalen «klart» skal beskrive hvilke ytelser partene er forpliktet til å levere. I merknaden til § 6 i Prop. 33 L (2019–2020) framgår det at lovbestemmelsen først og fremst krever at avtalene er klare på hva som er betaling for en tjeneste og hva som er kontantoverføring eller rabatt.

Ved overtredelser av § 6, kan tilsynsmyndigheten reagere med veiledning og dialog i henhold til § 14. Hvis dette ikke er tilstrekkelig for å sikre overholdelse, kan tilsynet treffe vedtak om påbud eller forbud etter § 15. For å sikre etterlevelse av slike vedtak, kan tilsynet pålegge tvangsmulkt i henhold til § 16. Videre kan overtredelse av vedtak fastsatt etter § 15, sanksjoneres med overtredelsesgebyr etter § 17.

5.2 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet viste departementet til at avtale- og forhandlingsfrihet i utgangspunktet gir det mest effektive resultatet. Samtidig viste departementet til at det kan være forhold i et marked, eller i en verdikjede, som innebærer at det er behov for å regulere ulike kontraktsvilkår nærmere. Departementet foreslo flere nye skriftlighetskrav i ny § 9 b som kan bidra til klarhet og åpenhet knyttet til rabatter og betalinger.

For det første foreslo departementet å lovfeste et eget krav om at betalinger som ikke har en direkte sammenheng med salget av en dagligvare eller en tjenesteleveranse må avtales skriftlig. Forslaget var inspirert av UTP-direktivet artikkel 3 nr. 1 bokstav d, som forbyr kjøpere fra å kreve betalinger fra leverandører som ikke har sammenheng med salget av leverandørens landbruks- og matprodukter. Departementet vurderte at dette kunne bidra til mer åpenhet mellom kontraktpartene.

For det andre foreslo departementet å regulere eksplisitt at betalinger fra leverandøren for

dagligvarekjedenes markedsføring av, og reklame for, deres produkter skal avtales skriftlig. Forslaget var inspirert av UTP-direktivet artikkel 3 nr. 2 bokstav d og e, som forbyr kjøperen fra å kreve betaling fra leverandøren for reklame og markedsføring av landbruks- og matprodukter, med mindre det er klart og utvetydig avtalt. Det framgikk av omtalen i høringsnotatet at slike betalinger ikke kan gjennomføres med mindre det er klart og utvetydig skriftlig avtalt i leveringsavtalen eller i en tilleggsavtale. Departementet vurderte at dette kunne bidra til å skape økt synlighet rundt avtaler om markedsføring, og dermed forebygge urimelig handelsskikk knyttet til denne typen avtaler.

For det tredje ba departementet om høringsinstansenes innspill til om det bør presiseres eksplisitt i loven at betalinger fra leverandøren for opplagring, utstilling eller annen presentasjon av sine produkter skal avtales skriftlig. Forslaget var inspirert av UTP-direktivet artikkel 3 nr. 2 bokstav b, som forbyr krav om betalinger fra leverandøren for opplagring, utstilling eller annen presentasjon av sine landbruks- og matprodukter, eller tilgjengeliggjøring av disse på markedet, med mindre det er klart og utvetydig avtalt.

5.3 Høringsinstansenes syn

5.3.1 Generelt om strengere skriftlighetskrav

25 av høringsinstansene som leverte innspill uttalte seg om departementets forslag til strengere skriftlighetskrav, eller stilte seg bak andres høringssvar. En overvekt av høringsinstansene støtter strengere skriftlighetskrav.

Norsk Bonde- og Småbrukarlag, *Bondens marked* og *Wolt* er utelukkende positive til en presisering av skriftlighetskravet for én eller flere av de foreslåtte betalingstypene. *Norsk Bonde- og Småbrukarlag* mener at alle elementer og detaljer knyttet til kommersiell aktivitet og avtale mellom leverandør, grossist og kjede bør være skriftlige, så langt det lar seg gjøre, av hensyn til åpenhet. *Coca-Cola Europacific Partners Norge AS*

(CCEPN) er i utgangspunktet positiv til en klargjøring av lovens skriftlighetskrav, forutsatt at dette ikke kan oppfattes som en svekking av det generelle skriftlighetskravet i § 6. Også *NHO Mat og Drikke* vurderer at det er positivt med skriftlighet som avklarer spørsmål knyttet til ytelser og motytelser, og støtter departementets forslag. *Orkla ASA* støtter *NHO Mat og Drikkes* høringssvar. *NHO Service og Handel* mener at forslagene ikke framstår som betydelig problematiske, men viser også til at det kan være uklarehet rundt omfanget og rekkevidden for det som skal dokumenteres skriftlig, og hva bestemmelsen i praksis betyr for bedrifter. *Kjøtt- og fjorfebransjens Landsforbund (KLF)* mener at alle elementene bør avtales skriftlig, men ser ikke at departementets forslag kan tilrettelegge for dette på en hensiktsmessig måte. *KLF* viser til at en relativt skjønnsbasert lov kan skape mer konflikt enn opprydning.

Flere høringsinstanser vurderer at departementets forslag helt eller delvis dekkes av gjeldende § 6 om krav til skriftlighet. *NorgesGruppen ASA* hevder det ikke er faktagrunnlag som støtter opp om ytterligere regulering, og mener at departementet heller bør undersøke om utfordringen er manglende overholdelse av det gjeldende skriftlighetskravet. *Negotia*, som mener at konkurransen i markedet er svak og på overordnet nivå er positiv til at departementet foreslår endringer, viser til at skriftlighetskravet gjelder alle ytelser og ser ikke behov for å gjenta kravet. *Landsorganisasjonen i Norge (LO)* viser til at forslaget om å tillate visse typer betalinger hvis det avtales skriftlig ikke innebærer en skjerping, men lovfesting av en praksis som befinner seg i et juridisk grenseland. *Dagligvaretilsynet* støtter et strengt skriftlighetskrav, men viser til at § 6 også dekker forslaget om betalinger som ikke er knyttet til tjenesteleveranser og hylleplassbetaling. *Dagligvareleverandørenes forening (DLF)* uttaler at skriftlighetskravet i § 6 må forstås generelt og omfatte alle betalinger og avtaler mellom partene, men er likevel positiv til en tydeliggjøring. *Coop Norge SA (Coop)* mener at skriftlighet er tydelig regulert i § 6 og stiller spørsmål ved om det foreligger et reelt behov for lovforslaget. *Coop* mener at svarene om muntlige avtaler i *Dagligvaretilsynets* samarbeidsundersøkelse skyldes utformingen og leverandørenes tolkning av spørsmålene i undersøkelsen heller enn uklarehet i lovverket eller manglende regulering. Etter *Coops* syn er reguleringen som foreslås uforholdsmessig inngripende i avtalefriheten mellom partene og mekanismene som ligger til grunn for forhandling av priser og rabatter. Privat-

person *Victor Guminski* mener forslaget går for langt, og vil hemme små aktører og gjøre kontrakter tungvinte.

Virke dagligvare uttaler at i den grad det skulle være et reelt problem knyttet til bruken av muntlige og uklare avtaler, framstår dette som en utfordring knyttet til håndheving av loven. *Virke dagligvare* viser til at uenighet kan være utslag av den alminnelige tolkningstvil som kan oppstå for de fleste skriftlige avtaler og framhever at lovkrav om skriftlighet og klarhet, som kun er til fordel for én avtalepart, normalt kun brukes i avtaleforhold hvor det er en betydelig skjevhet i maktforholdet mellom partene. Etter *Virke dagligvares* syn inngås avtalene i dagligvarebransjen mellom utpreget profesjonelle parter som i liten grad har det samme behovet for vern mot uklareheter og tolkningstvil som for eksempel forbrukere. *Bunnpris* stiller seg bak *Virkes* dagligvares høringssvar.

Advokatfirmaet Arntzen de Besche (Arntzen de Besche) er enig med departementet i at forslagene kan føre til mer åpenhet og klarere kontrakter, men viser til at det ikke er utredet hvordan forslagene forholder seg til gjeldende § 6. Advokatfirmaet savner også en omtale av forholdet til alminnelige kontraktsrettslige regler, særlig avtaleloven § 36, og den ulovfestede læren om bristende forutsetninger. I tillegg påpeker *Arntzen de Besche* at det må avklares om en delvis harmonisering med UTP-direktivet vil innebære at praksis fra EU og medlemsstatene vil være relevant ved tolkningen av den norske bestemmelsen. Også *Advokatforeningen* mener at det er uklart hva som reguleres i forslaget sammenliknet med det som følger av gjeldende § 6, og at det bør framgå tydeligere av lovtekst og forarbeider dersom formålet er å innføre nye materielle regler. Advokatforeningen mener det heller bør vurderes å harmonisere med UTP-direktivet, heller enn å innføre nye, særnorske bestemmelser, blant annet slik at markedsaktørene kan søke veiledning i praksis fra andre land som har innført direktivet.

Forbrukerrådet, LO, DLF, NHO Mat og Drikke, CCEPN, Orkla ASA, Tine SA, Negotia, Norges Bondelag og Norsk Gartnerforbund foreslår å gå enda lenger enn departementets forslag. Instansene peker særlig på at loven bør regulere et forbud mot betalinger som ikke har en direkte sammenheng med salget av leverandørens produkter på linje med UTP-direktivet artikkel 3 nr. 1 bokstav d. Etter *DLFs* oppfatning bør betalinger som ikke har direkte sammenheng med salget av en dagligvare eller en tjenesteavtale forbyes, på samme måte som i UTP-direktivet. *DLF* er positiv til tydeliggjøring når det gjelder felles markeds-

føring og hylleplassbetaling. *NHO Mat og Drikke*, *CCEPN*, *Orkla ASA* og *Tine SA* stiller seg bak DLFs høringssvar. *Norsk Gartnerforbund* og *Norges Bondelag* foreslår på generelt grunnlag å harmonisere reglene med UTP-direktivet.

Forbrukerrådet mener at forslaget i liten grad vil redusere en ubalansert maktfordeling mellom leverandør og detaljist. *Forbrukerrådet* mener at det heller bør innføres konkrete forbudsbestemmelser som regulerer hvilke elementer en avtale kan og ikke kan inneholde, og viser til eksempler som New Zealand og Storbritannia.

I stedet for departementets forslag, mener *Norges Bondelag* at det heller bør legges til i § 6 at det også skal gjøres skriftlig hvilke motytelser kjedene skal gi for ytelsen de mottar fra leverandørene.

5.3.2 Felles markedsføring

Dagligvaretilsynet støtter forslaget om strengere skriftlighetskrav til felles markedsføring, men påpeker at dette allerede dekkes gjennom § 6. *Dagligvaretilsynet* oppfatter at hovedutfordringen med felles markedsføring ikke nødvendigvis er manglende skriftlighet, men heller manglende konkretisering og oppfølging. *Konkurransetilsynet* er positiv til forslaget, men presiserer at reguleringen ikke bør være til hinder for fleksibilitet i bruken av motytelser dersom dette er hensiktsmessig for begge parter.

DLF er positiv til et krav om at det i avtaler om felles markedsføring må synliggjøres hvilke reklame- og markedsføringstjenester betalingen referer til og, eventuelt, hvor stor del av betalingen som er en fast betaling. *DLF* viser til at det er enklere å fastsette verdien av reklame i form av annonser mv. enn av markedsføringselementet, ettersom markedsføring innebærer mer helhetlige strategier for salg. *Arntzen de Besche* påpeker at det må presiseres om det er kjedenes eller leverandørens produkter som menes med formuleringen «deres produkter».

Som et konkret forslag om felles markedsføring, uttaler *Norsk Gartnerforbund* at det bør være krav om at alle overføringer fra produsent til kjede skal ha rimelig og dokumenterbart kostnadsgrunnlag, skriftlighet, åpenhet i form av registrering og rapportering, samt en øvre grense for omfang og krav om rabatter.

5.3.3 Hylleplassbetalinger

Konkurransetilsynet støtter ikke forslaget om skriftlighet for hylleplassbetalinger. *Tilsynet* kan

ikke se at det er noe tydelig skille mellom hylleplassbetalinger og andre betalinger, og viser til at vederlag som skal kompensere for å være representert i kjedenes butikkhyller i praksis kan være innbakt i ulike typer rabatter. *Tilsynet* framhever at mindre fleksibilitet i avtaleinngåelsen kan øke transaksjonskostnadene, samtidig som det ikke er gitt at det samlede rabattnivået endres, og at aktørene kan bli mer restriktive med å gi rabatter, slik at prisen til forbruker øker.

Coop mener at et skriftlighetskrav for hylleplassbetalinger vil påvirke aktørenes mulighet til å tilpasse opplagring, utstilling eller annen presentasjon av leverandørens produkter i henhold til forbrukerhensyn, samt resultere i en mindre effektiv og optimalisert drift.

Dagligvaretilsynet har inntrykk av at det ikke lenger er vanlig med betaling for fast hylleplass og mener at en ytterligere presisering i tillegg til det gjeldende skriftlighetskravet burde være unødvendig. *Tilsynet* finner ikke at hylleplassbetaling i seg selv kan ha negative effekter, og at bedre og mer detaljert beskrivelse av aktiviteter om felles markedsføring kan bidra positivt.

Advokatforeningen mener også at det ikke er behov for et eksplisitt krav om at hylleplassbetaling må avtales skriftlig, da et skriftlighetskrav allerede følger av § 6.

DLF uttaler at en tydeliggjøring av hva som konkret er avtalt om sortiment eller hylleplass kan være et godt virkemiddel for å sikre etterlevelse av § 6. *DLF* framhever at bestemmelsen bør ses i sammenheng med § 6 om skriftlighet og komme som tillegg til denne. *DLF* foreslår at ordlyden endres fra «sine» til «leverandørens» produkter.

5.3.4 Betalinger som ikke har direkte sammenheng med varer eller tjenester

Konkurransetilsynet støtter ikke forslaget om et strengere skriftlighetskrav for betalinger som ikke har direkte sammenheng med salg av leverandørens varer. *Tilsynet* viser til at det mest sannsynlig vil være vanskelig å avgrense hvilke ytelser som ikke har en «direkte sammenheng» med salg av dagligvarer eller tjenesteleveranser. Videre bemerker *tilsynet* at også betalinger som ikke varierer med antall solgte enheter, kan være knyttet til tjenesteleveranser eller salg av dagligvarer.

Arntzen de Besche påpeker at ordlyden «ikke har en direkte sammenheng» kan være tvistskapende, fordi partene kan ha ulike oppfatninger om hva som utgjør en direkte sammenheng, og fordi det ikke finnes praksis. Videre kan det stilles

spørsmål ved om det, ut fra en antitetisk tolkning, ikke gjelder et skriftlighetskrav for betalinger med «direkte sammenheng».

DLF påpeker at høringsnotatet ikke gir en nærmere forklaring på hvordan «ikke har en direkte sammenheng» skal forstås. DLF vurderer at tolkningen av den lignende bestemmelsen i UTP-direktivet kan gi veiledning og framhever også fortalen avsnitt 27 om betalinger som ikke er knyttet til en spesifikk salgstransaksjon. I tillegg viser DLF til den danske veilederen til fødevarehandelsloven, der betaling knyttet til åpningen av en ny butikk brukes som et eksempel på en betaling som ikke er knyttet til en spesifikk salgstransaksjon.

5.4 Departementets vurderinger

5.4.1 Generelt om strengere skriftlighetskrav

Departementet opprettholder forslaget fra høringsnotatet om å regulere enkelte strengere skriftlighetskrav i loven, men med noen justeringer som følge av innspill i høringen. Det foreslås blant annet å synliggjøre i lovbestemmelsen hva som er konsekvensen av at en betaling ikke er skriftlig avtalt. Departementet foreslår også en annen plassering av bestemmelsen enn i høringen, herunder som ny § 6 b i sammenheng med gjeldende § 6 om skriftlighet og ny § 6 a om rimelig forhold mellom betalinger og tjenesteleveranser.

Dagligvaretilsynets undersøkelser av samarbeidsklimaet i bransjen, viser at avtaler mellom kjedene og leverandørene i større grad inngås skriftlig nå enn da loven ble innført. Etter departementets vurdering tyder dette på at skriftlighets- og klarhetskravet i loven har hatt en effekt. Undersøkelsen for 2025 viser imidlertid at det fortsatt inngås muntlige tilleggsavtaler. Mellom 10 og 19 prosent av leverandørene svarte der at det har blitt inngått muntlige tilleggsavtaler med de tre største kjedene. En annen utfordring er manglende klarhet rundt forhold som ikke direkte gjelder kjøp og salg av varer som omsettes i detaljistledet. Uklarheten gjelder blant annet hva leverandørenes faste betalinger til kjedene skal dekke.

Både muntlige tilleggsavtaler og uklarhet rundt hva betalinger skal dekke er utfordringer som etter departementets syn bidrar til uenighet mellom partene. Uenigheten er egnet til å skape mistillit mellom partene og øke konfliktnivået i bransjen. Departementet vurderer at disse utfordringene kan avhjelpes med mer åpenhet, forutsigbarhet og etterprøvbarehet. Et tydeligere skriftlig-

hetskrav for visse typer betalinger kan bidra til at partene forhandler mer åpent om betingelsene seg imellom. Styrkede skriftlighets- og klarhetskrav kan også bidra til å synliggjøre sammenhengen mellom prisen og verdien av en ytelse, og dermed også gjøre det enklere å håndheve både kravet om rimelig forhold og den generelle god handelsskikk-standarden.

Forslaget utgjør et visst inngrep i avtalefriheten, noe som kan redusere fleksibiliteten partene har i forhandlingene og bidra til mindre effektive avtaler og økte transaksjonskostnader. Etter departementets syn er imidlertid ikke inngrepet stort og heller ikke uforholdsmessig. Det følger allerede av § 6 i loven at avtaler skal inngås skriftlig og klart beskrive hvilke ytelser partene er forpliktet til å levere. Det er heller ikke snakk om forbud mot konkrete typer betalinger. Forslaget skjerper insentivene til å inngå klare avtaler, der partene blir enige om hvilke ytelser som skal leveres og hvor mye det skal betales for dem. Forslaget legger ikke opp til at partene må endre forhandlings- og prismekanismene.

Departementet merker seg høringsinstansene som mener at det ikke er behov for ytterligere regulering, ettersom skriftlighetskravet allerede følger av § 6. Utfordringene med muntlige tilleggsavtaler og uklarheter om hva betalinger skal dekke, tilsier etter departementets vurdering at § 6 ikke er tilstrekkelig i alle situasjoner. Når disse utfordringene fortsatt er aktuelle fem år etter at loven trådte i kraft, er det behov for å skjerpe kravene på enkelte punkter. Økt transparens og mer forutsigbarhet kan bidra til et bedre samarbeidsklima og til å oppfylle lovens formål.

Selv om konsekvensen av manglende skriftlighet ble omtalt i høringsnotatet, framgikk den ikke direkte av ordlyden i lovforslaget. Departementet ser at det er behov for at konsekvensen framgår av loven og foreslår derfor endringer i ordlyden sammenlignet med høringen. Mens forslaget i høringsnotatet var at betalingene «skal avtales skriftlig», foreslår departementet nå å regulere at partene ikke er forpliktet til å gjennomføre slike betalinger, med mindre de er skriftlig avtalt. Endringen innebærer at mottakere av et betalingskrav får en styrket posisjon, ettersom bestemmelsen åpner eksplisitt for å motsette seg betalingskrav som ikke er avtalt på forhånd. Endringen er særlig til fordel for den svakere parten i et avtaleforhold, ettersom denne er mer sårbar for urimelig handelspraksis i form av uventede betalingskrav. Dette kan også gi økte insentiver til å overholde § 6 ved å inngå skriftlige og klare avtaler om ytelsene som partene er forpliktet til å levere.

Enkelte høringsinstanser som støtter forslaget, etterspurte også en nærmere redegjørelse for forholdet mellom forslaget og gjeldende § 6. Departementet understreker at § 6 uansett gjelder generelt og at forslaget ikke endrer på det. Den største forskjellen er at kontraktsparten kan holde tilbake betalinger som omfattes av § 6 b, dersom betalingen ikke er avtalt skriftlig. Dette kommer i tillegg til eventuelle reaksjoner fra tilsynsmyndigheten.

5.4.2 Om de konkrete forslagene

Departementet opprettholder forslaget om at betalinger for markedsføring og reklame omfattes av det strengere skriftlighetskravet, se forslag til § 6 b bokstav a. Det er vanlig at leverandører betaler innkjøpere en viss sum for markedsføringsaktiviteter. Som nærmere omtalt i punkt 2.4 er avtaler om felles markedsføring et av områdene hvor det er stor uenighet mellom kjeder og leverandører. Mye av uklarhetene mellom partene knyttet til betalinger gjelder markedsføring og reklame spesifikt. Ettersom leverandørene allerede betaler en eller flere dagligvarekjeder for markedsføring av og reklame for leverandørens produkter, framstår det som rimelig at ytelsen spesifiseres og prissettes i en skriftlig avtale. Det er derfor særlig relevant at et skjerpet skriftlighetskrav kommer til anvendelse for slike avtaler.

Forslaget til bestemmelse om felles markedsføring er inspirert av UTP-direktivet artikkel 3 nr. 2 bokstav d og e, om henholdsvis reklame og markedsføring. I veilederen til den danske fødevarerhandelsloven, har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen lagt til grunn at forskjellen mellom reklame og markedsføring i denne sammenhengen er at markedsføring dekker større strategier med formål om å øke salget av et produkt overfor en målgruppe, mens reklame omfatter individuelle komponenter i markedsføringen. Ettersom reklame og markedsføring henger tett sammen, vurderer departementet at de kan dekkes av én bestemmelse i lov om god handelsskikk.

I høringsnotatet ba departementet om høringsinstansenes innspill til om det bør presiseres eksplisitt i loven at betalinger fra leverandøren for opplagring, utstilling eller annen presentasjon av leverandørens produkter skal avtales skriftlig. På bakgrunn av høringen, kan departementet ikke se at en slik bestemmelse vil ha negative virkninger på kjedenes mulighet til å tilpasse opplagring, utstilling eller presentasjon av produktene i henhold til forbrukerhensyn. En slik bestemmelse forbyr ikke partene å inngå avtaler om hylleplass og styrer heller ikke eventuelle avtalers

innhold. Bestemmelsen gir leverandørene mulighet til å tilbakeholde betalinger som ikke er skriftlig avtalt for å styrke insentivene til å etterleve lovens skriftlighetskrav. Etter departementets syn er det en fordel at betalinger for felles markedsføring og hylleplass reguleres likt, ettersom begge knytter seg til framstilling av varer til forbrukerne. Dette kan forebygge at betaling for markedsføring og reklame, eller andre faste betalinger, tilsløres som betaling for hylleplass. Departementet foreslår derfor en slik bestemmelse i forslaget til § 6 b bokstav b. Bestemmelsen er inspirert av UTP-direktivet artikkel 3 nr. 2 bokstav b.

Departementet foreslo i høringsnotatet at betalinger som ikke har en direkte sammenheng med salget av en dagligvare eller en tjenesteleveranse skal avtales skriftlig. Flere høringsinstanser har tatt til orde for at slike betalinger bør forbys, med henvisning til at det foreligger et lignende forbud i UTP-direktivet artikkel 3 nr. 1 bokstav d. Departementet vurderer at et absolutt forbud vil være svært inngripende, og at virkningene av dette heller ikke er utredet. Videre er det en risiko for at et forbud ikke vil eliminere handelspraksisen, men heller bidra til at den tilsløres i større grad, på bekostning av forutberegneligheten for partene. Departementet vurderer derfor at det, per i dag, verken er nødvendig eller hensiktsmessig å forby slike betalinger.

Departementet opprettholder imidlertid forslaget om at slike betalinger omfattes av det strengere skriftlighetskravet, se forslag til § 6 b bokstav c. Departementet legger til grunn at forslaget er egnet til å styrke forutberegneligheten og at det dermed kan bidra til mer effektive avtaler, uten å forhindre at det inngås slike avtaler. Departementet foreslår en mindre endring i ordlyden sammenlignet med høringsnotatet. Istedenfor å vise til sammenheng med «salget av en dagligvare eller en tjenesteleveranse», foreslår departementet å vise til «salget av en dagligvare eller en annen ytelse». Om det er «direkte sammenheng» mellom salget av en dagligvare eller en annen ytelse og betalingen eller ikke, må vurderes konkret i det enkelte tilfellet.

Departementet presiserer at selv om bestemmelsene i forslaget til ny § 6 b er inspirert av UTP-direktivet, er de ikke harmonisert med direktivets regler. Blant annet viser departementet til at UTP-direktivet bare gjelder landbruksvarer, mens den norske loven om god handelsskikk gjelder dagligvarer generelt. Det kan være relevant å se hen til praksis knyttet til UTP-direktivet, men dette er ikke bindende for hvordan det norske regelverket skal tolkes.

6 Vern mot etterligninger

6.1 Gjeldende rett

Lov om god handelsskikk § 9 regulerer vern mot etterligninger. Bestemmelsen lyder:

Næringsdrivende i dagligvarebransjen må ikke anvende etterlignende kjennetegn, produkter, kataloger, reklamemidler eller andre frambringelser på slik måte og under slike omstendigheter at det må anses som en urimelig utnyttelse av en annens innsats eller resultater og fører med seg fare for forveksling.

Bestemmelsen i lov om god handelsskikk skal tolkes på samme måte som forbudet mot etterligninger i markedsføringsloven § 30, se Prop. 33 L (2019–2020) punkt 5.8.4 og merknaden til bestemmelsen i proposisjonen punkt 8. I merknaden framgår det også at departementet legger til grunn at håndhevingen av bestemmelsen særlig vil dreie seg om å forhindre at partene utvikler forretningsstrategier der de bevisst utnytter sin posisjon som både kunde og konkurrent til å produsere og/eller markedsføre etterligninger.

6.2 Forslaget i høringsnotatet

Departementet foreslo å videreføre en bestemmelse om etterligningsvern i lov om god handelsskikk, men å innrette bestemmelsen på en måte som bedre treffer utfordringene i dagligvarebransjen. Departementet foreslo derfor å endre § 9 slik at forbudet retter seg mot dagligvarekjeder som selger egne eller tilknyttede merkevarer (EMV og TMV). Departementet viste til definisjonene av EMV og TMV, slik de framgår av rapporten fra Samfunnsøkonomisk Analyse nr. 15-2023, som relevante i vurderingen av om et produkt utgjør EMV eller TMV. I rapporten ble EMV definert som «produkter med varemerker som eies av aktører som også driver detaljistsalg, og som hovedsakelig selges gjennom disse aktørenes utsalgssteder» og TMV som «produkter hvor det finnes en tilknytning mellom en detaljist og det varemerket et produkt er merket med».

Videre foreslo departementet at bestemmelsen om etterligningsvern skal henvise til markedsføringsloven § 30, istedenfor å gjengi ordlyden, for å redusere risikoen for at praksis etter de to bestemmelsene utvikler seg i forskjellig retning.

6.3 Høringsinstansenes syn

Det er 21 av 30 høringsinstanser som har uttalt seg om forslaget til endringer i etterligningsvernet. Blant de 21 høringsinstansene som har uttalt seg, er det 17 høringsinstanser som støtter departementets forslag. Det er fire høringsinstanser som ikke mener det er behov eller grunnlag for å styrke etterligningsvernet.

Advokatforeningen støtter forslaget om å henvise til markedsføringsloven § 30, men mener rekkevidden av forslaget er uklart ved at plikten til å sørge for at det ikke anvendes etterlignende kjennetegn kan ramme selskap som man ikke nødvendigvis har kontroll over. Foreningen mener det er behov for avklaringer av rekkevidden, av hensyn til legalitetsprinsippet og de foreslåtte endringene av sanksjonsbestemmelsene. *Coca-Cola Europacific Partners Norge AS (CCEPN)* støtter at bestemmelsen henviser til markedsføringsloven § 30 for å sikre en ensartet praksis.

Negotia, NHO Mat og Drikke og privatperson Victor Guminski er positive til å styrke etterligningsvernet i loven. *Advokatfirmaet Arntzen de Besche (Arntzen de Besche)*, *CCEPN*, *Dagligvareleverandørenes forening (DLF)*, *Forbrukerrådet*, *LO*, *Norges Bondelag*, *Norsk Bonde- og Småbrukarlag*, *Orkla ASA (Orkla)* og *Tine SA*, støtter at vernet mot etterligninger får en tydeligere retning mot EMV og TMV. *Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund (KLF)* støtter et vern mot etterligninger, men mener at vernet bør gjelde uavhengig av hvem som er merkeier.

Arntzen de Besche, *DLF*, *CCEPN*, *NHO Mat og Drikke*, *Norges Bondelag*, *Orkla* og *Tine SA* trekker fram at en bestemmelse om etterligningsvern bedre må reflektere de utfordringene som oppstår

når en virksomhet både er kunde og konkurrent, og gjennom dette tilegner seg informasjon om et produkt i forbindelse med innsalg. DLF vurderer at departementets forslag ikke hensyntar de tilfellene hvor det skjer kopiering eller urettmessig utnyttelse av andres produktutvikling eller markedsføring uten at det foreligger forvekslingsfare. DLF vurderer at lov om god handelsskikk § 9 bør inneholde konkrete bestemmelser for å hensynta de vertikale relasjonene, men skisserer også et alternativ om å ta med en henvisning til markedsføringsloven § 25, for å kunne fange opp de tilfellene der en aktør urimelig utnytter en annens produktutvikling eller markedsføring, men hvor det ikke foreligger forvekslingsfare. DLF foreslår en konkret lovtekst i sitt høringssvar. Orkla vurderer at kjedene må pålegges en særlig variasjonsplikt, slik at kjeden etter forholdene må ta større avstand fra den kjente merkevaren enn uavhengige konkurrenter. Videre beskriver Orkla behovet for vern mot utvanning av særpreg og uttaler at produkter som etterligner kjente merkevarers former, farger eller mønstre vil dra fordel av kjente signaler som forbrukerne forbinder med merkevaren. Orkla vurderer at etterligninger av form, farge og mønster er tilstrekkelig til å gi produktetterligninger et ufortjent løft i konkurransen med originalproduktet og at slike fordeler kan oppnås uten at det er kulant å påvise forvekslingsfare. Orkla foreslår justeringer i DLFs forslag til lovtekst, for å få med utvanning av særpreg. Wolt Norge AS har kommentert at de deler virkelighetsforståelsen om at grossister som eier kjedene, kopierer merkevarer og hindrer distribusjon av merkevaren.

Dagligvaretilsynet foreslår at loven bør inneholde en mer detaljert beskrivelse av hva som rammes av etterligningsvernet i § 9. Tilsynet har i sitt høringssvar foreslått en ny formulering av lovteksten, som detaljert redegjør for ulike aspekter ved bestemmelsen som f.eks. definisjoner av næringsdrivende i dagligvarebransjen, kontroll og betydelig innflytelse, samt konkretisering av variasjonsplikten.

Konkurransetilsynet støtter departementets foreslåtte endringer i lov om god handelsskikk § 9, og trekker fram at produktetterligninger kan svekke insentivene til innovasjon i dagligvaremarkedet.

Stiftelsen Bondens marked Norge mener det er viktig at tilsynet følger opp den ujevne maktbalansen mellom kjeden som eier av EMV og leverandører som konkurrerer om å få avtaler.

NorgesGruppen ASA (NorgesGruppen), *Coop Norge SA (Coop)* og *Virke dagligvare* stiller seg

spørrende til om det er behov for å endre § 9. Disse instansene mener det er manglende faktagrunnlag, dokumentasjon og begrunnelse som tilsier en særskilt regulering mot EMV og TMV. *Coop* og *Virke dagligvare* viser i denne sammenhengen til at det er få saker i Næringslivets konkurranseutvalg som gjelder EMV. *NorgesGruppen*, *Coop* og *Virke dagligvare* viser til rapporten fra Samfunnsøkonomisk Analyse (SØA) 27-2023 hvor det framgår at bruk av EMV har hatt positive virkninger på konkurransen i det norske dagligvaremarkedet og forbrukernes valgmuligheter. *NorgesGruppen* trekker også fram at forslaget i høringsnotatet gir kjedene et urimelig ansvar for produksjon av TMV, ettersom kjedene generelt ikke har kontroll med produsentene når det gjelder TMV, som er vidt definert. *Virke dagligvare* stiller spørsmål ved om endringen i § 9 egentlig vil være avhjelpende på problemet som departementet søker å løse ettersom lovens virkeområde er avgrenset til vertikale relasjoner i dagligvarebransjen.

NHO Service og Handel mener at lov om god handelsskikk § 9 bør skrinlegges ettersom etterligningsvern allerede er regulert i markedsføringsloven og den foreslåtte bestemmelsen har en usikker rekkevidde og hemmer innovasjon.

6.4 Departementets vurderinger

6.4.1 Henvisningen til markedsføringsloven § 30

Departementet opprettholder forslaget om å hen vise til markedsføringsloven § 30, i stedet for å gjengi ordlyden i bestemmelsen i lov om god handelsskikk.

Det er ingen høringsinstanser som har gitt innspill om at det ikke er hensiktsmessig å hen vise til markedsføringsloven, i stedet for å gjengi ordlyden. Det er fire høringsinstanser som er imot bestemmelsen mer prinsipielt, men dette er tilknyttet behovet for bestemmelsen som sådan. Videre viser departementet til at de fleste høringsinstansene som uttaler seg om etterligningsvernet uttrykker støtte til å styrke det.

En høringsinstans har foreslått at lov om god handelsskikk § 9 også bør hen vise til markedsføringsloven § 25, for å kunne fange opp de tilfellene hvor en aktør rettsstridig utnytter andres produktutvikling eller markedsføring, men uten at det foreligger en forvekslingsfare. Etter departementets vurdering vil en henvisning til markedsføringsloven § 25 medføre helt eller delvis overlapp mellom lov om god handelsskikk §§ 3 og 9.

En slik dobbeltregulering innad i loven er ikke hensiktsmessig, og departementet foreslår derfor ikke å henvise til markedsføringsloven § 25. Departementet viser også til at tilfeller hvor en aktør rettsstridig utnytter andres produktutvikling, etter omstendighetene kan være i strid med lov 27. mars 2020 nr. 15 om vern av forretningshemmeligheter (forretningshemmelighetsloven).

I høringen foreslo ikke departementet endringer i vurderingstemaet om hva som er en rettsstridig etterligning. Utgangspunktet siden lov om god handelsskikk ble innført, har vært at innholdet i § 9 og markedsføringsloven § 30 skulle forstås på samme måte. Departementet merker seg at flere høringsinstanser vurderer at etterligningsvernet i lov om god handelsskikk ikke i tilstrekkelig grad hensyntar utfordringer med at kjedene både er kunde og konkurrent til leverandørene. Enkelte instanser foreslår også konkrete tiltak i form av for eksempel skjerpet variasjonsplikt og vern mot utvanning av særpreg. Departementet vil utrede nærmere om det er behov for flere tiltak når det gjelder etterligninger i dagligvarebransjen, for eksempel andre kriterier enn forvekslingsfare eller tiltak som direkte berører kunde og konkurrent-problematikken. Departementet vil komme tilbake til Stortinget på egnet måte om utfallet av utredningen.

6.4.2 Innretning mot EMV

Departementet opprettholder også forslaget om at etterligningsvernet i lov om god handelsskikk tydeligere skal rette seg mot aktører som selger EMV. En stor andel av høringsinstansene støtter forslaget. Departementet går imidlertid bort fra å inkludere TMV i bestemmelsen, blant annet som følge av at det legges til grunn en bredere EMV-kategori.

Fire av høringsinstansene mener EMV ikke utgjør noe problem i dagligvarebransjen, men at EMV har vært positivt for konkurransesituasjonen. Departementets vurdering er at EMV er positivt for konkurransen i bransjen, men at det likevel er enkelte utfordringer. Blant annet framgår det av SØA-rapport 27-2023 at Dagligvaretilsynet har behandlet enkelte saker der tilsynet har pekt på at produktutforming kan ha elementer av kopiering. I Dagligvaretilsynets samarbeidsundersøkelse for 2025 svarte mellom 30 og 41 prosent av leverandørene at de har opplevd at en av de tre største kjedene har etterlignet et produkt, en idé eller et design på en slik måte at det utgjør forvekslingsfare, eller på en annen måte urimelig utnyttet deres innsats eller resultater.

I forarbeidene til lov om god handelsskikk framgår det at etterligningsvernet allerede er tenkt å omfatte tilfeller av EMV og kopiering, jf. Prop. 33 L (2019–2020) punkt 5.8.4. Departementets endringsforslag var ment som en presisering og konkretisering av bestemmelsen. Etter departementets vurdering er det fortsatt behov for en bevisstgjøring av kjedenes ansvar når de selger EMV.

Etter departementets syn må det avgjøres konkret i hvert enkelt tilfelle om et produkt utgjør EMV, slik at det rammes av etterligningsvernet i loven. I høringen viste departementet til SØAs definisjoner av EMV og TMV, som gjengis i punkt 6.2. I etterkant av høringen, har Konkurransetilsynet lagt til grunn en bredere EMV-kategori enn den som ble brukt av SØA, se tilsynets dagligvare-rapport for 2025. Bakgrunnen var blant annet at SØA-definisjonen ikke fanget opp tilfeller der dagligvarekjedene verken direkte eller indirekte har eierskap til varemerket, men hvor tilknytningen til kjeden likevel er så sterk at merkevaren i realiteten kan likestilles med EMV. I tillegg er det flere av kjedenes egne merkevarer som også selges til andre aktører gjennom innkjøpssamarbeid. Konkurransetilsynet legger til grunn at EMV omfatter både produkter hvor dagligvarekjeden selv er eier av varemerket og merkevarer som dagligvarekjedene har en så sterk tilknytning til, og innflytelse over, at det kan likestilles med eierskap til varemerket. Som eksempel viser Konkurransetilsynet til merkevarer der det alt vesentligste av omsetningen til dagligvarehandelen skjer til én kjede på bakgrunn av et langvarig, tett og omfattende samarbeid mellom den aktuelle kjeden og leverandøren.

Departementet vurderer det som hensiktsmessig å bruke en bredere EMV-kategori enn den som ble brukt av SØA. Det sentrale for vurderingen av om et produkt utgjør en egen merkevare bør etter departementet syn være om dagligvarekjedene kontrollerer eller har sterk innflytelse på beslutninger som tas om blant annet produksjon, produktets utforming, markedsføring og distribusjon. En slik definisjon innebærer at det ikke lenger er behov for TMV som en sikkerhetsventil i bestemmelsen. Etter departementet syn vil dette også imøtegå høringsinstansene som var kritiske til å inkludere TMV, fordi kjedene har begrenset kontroll over produksjonen og selskapene i disse tilfellene. Etter dette foreslår departementet kun å bruke begrepet egne merkevarer i lovbestemmelsen.

Som enkelte høringsinstanser også påpeker, er avgrensningen av lovens virkeområde til verti-

kale relasjoner en del av utfordringen når det gjelder etterligningsvernet. Dersom det ikke er grunnlag for å identifisere produsentens handlinger med dagligvarekjeden, faller en eventuell kopieringssak utenfor loven og må vurderes etter markedsføringsloven § 30. Departementet vurderer det ikke som hensiktsmessig å endre virkeområdet for én bestemmelse i loven. For det rent horisontale forholdet mellom to produsenter gjelder uansett markedsføringsloven og alminnelig kontraktsrett. Dermed innebærer også den endrede bestemmelsen at det må vurderes om kjeden har tilstrekkelig innflytelse over blant

annet produktutvikling, produksjon, markedsføring eller salg til at det er naturlig å anse produktet som en egen merkevare. Ettersom det finnes mange ulike eierkonstellasjoner og avtaler, må dette vurderes konkret. Det er blant annet relevant å se hen til om kjeden gjennom rettigheter, avtaler eller andre midler, enten enkeltvis eller samlet, har en slik innflytelse at det er naturlig å konstatere at produktet utgjør EMV. Problemstillingen om virkeområdet, vil også være en del av utredningen departementet omtaler over i punkt 6.4.1.

7 Øvrige endringer i lov om god handelsskikk

7.1 Overtredelsesgebyr og vedtak om overtredelse

7.1.1 Gjeldende rett

Lov om god handelsskikk § 17 første ledd åpner for at Konkurransetilsynet kan ilegge overtredelsesgebyr ved overtredelse av vedtak etter § 15 første ledd. Vedtak om påbud og forbud etter § 15 kan treffes hvis tiltak etter § 14 om veiledning og dialog ikke er tilstrekkelig for å sikre at en eller flere av bestemmelsene i §§ 3 til 10 overholdes.

Etter lovteksten gjelder adgangen til å ilegge overtredelsesgebyr kun for overtredelse av vedtak etter § 15, som igjen viser til overtredelse av §§ 3 til 10. I Prop. 33 L (2019–2020) punkt 6.8.4 framgår det imidlertid at overtredelsesgebyr også skal kunne ilegges hvis det foreligger brudd på forskrift gitt med hjemmel i § 20. Lov 10. februar 1967 om behandlingsmåten i forvaltningssaker (forvaltningsloven) § 44 krever at det må være fastsatt i lov at organet kan ilegge overtredelsesgebyr. Uttalelsene i forarbeidene skaper uklarhet om hvor langt hjemmelen til å ilegge overtredelsesgebyr rekker.

Det følger videre av lov om god handelsskikk § 17 andre ledd at forvaltningsloven § 46 gjelder ved avgjørelsen av om det skal ilegges overtredelsesgebyr og ved utmålingen.

7.1.2 Forslaget i høringsnotatet

Departementet foreslo å regulere direkte i § 15 at tilsynsmyndigheten også kan treffe vedtak om overtredelse av forskriftsbestemmelser som utfyller lovbestemmelsene.

Som følge av krav i forvaltningsloven § 44 andre ledd, foreslo departementet å fastsette en øvre ramme for overtredelsesgebyr etter lov om god handelsskikk § 17. Departementet ba om høringsinstansenes innspill til hvilken ramme som bør settes for overtredelsesgebyr. For å sikre at overtredelsesgebyret har en preventiv effekt, vurderte departementet at rammen for overtredelsesgebyr burde være minimum én prosent av foretakets årlige omsetning. Departementet skisserte et

spenn på opptil fire prosent, som er maksimalt nivå på gebyrer i saker etter markedsføringsregelverket.

7.1.3 Høringsinstansenes syn

17 høringsinstanser uttalte seg om overtredelsesgebyr og av disse er det 12 som støtter at det bør fastsettes en øvre ramme for gebyret. En rekke av høringsinstansene, deriblant *Dagligvaretilsynet*, *Advokatforeningen*, *Dagligvareleverandørenes forening (DLF)* og *Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund (KLF)*, understreker at håndhevingen først og fremst bør være basert på dialog og veiledning, og at overtredelsesgebyr skal være en sekundær sanksjon.

Advokatforeningen viser til at det er viktig at mindre virksomheter ikke ilegges uforholdsmessig høye gebyrer. Advokatforeningen støtter en øvre ramme for overtredelsesgebyr i loven, men mener imidlertid at det bør avventes til regjeringen har utredet hvordan kravene til saksbehandling som EMK artikkel 6 oppstiller kan ivaretas, som framgår av Stortingets anmodningsvedtak i Innst. 478 L (2024–2025).

DLF viser til rammen på én prosent etter konkurranseloven og uttaler at ingen forhold tilsier at brudd på vedtak etter lov om god handelsskikk bør straffes hardere enn dette. Videre uttaler DLF at et så høyt overtredelsesgebyr bør være forbeholdt de grove bruddene på loven og at gebyret i andre saker bør ligge betydelig under dette. *Coca-Cola Europacific Partners Norge AS*, *Orkla ASA (Orkla)* og *TINE SA* stiller seg bak DLFs hørings-svar.

Forbrukerrådet vurderer at et øvre tak på én prosent framstår som i overkant beskjedent. Både Forbrukerrådet og *Dagligvaretilsynet* mener den øvre rammen bør ligge på linje med markedsføringslovens fire prosent for alvorlige overtredelser. Dagligvaretilsynet vurderer også at det kan være fornuftig med et øvre tak på beløp, for eksempel 100 mill. kroner. *KLF* mener fire prosent framstår urimelig høyt, og at en øvre ramme bør være vesentlig lavere for å unngå samfunns-messige tap som følge av overdreven forsiktighet.

NHO Mat og Drikke mener at fire prosent kan oppleves strengt og virke mer som straff framfor forebyggende sanksjon. *Orkla* stiller seg bak høringsvaret til NHO Mat og Drikke.

Flere høringsinstanser uttaler seg om den øvre rammen uten å gå inn på et konkret beløp. *LO* uttaler at rammen bør være høy nok til å ha reell avskrekkende effekt, også for de største aktørene i markedet. Etter *LOs* vurdering må sanksjonene stå i rimelig forhold til foretakenes økonomiske størrelse og omsetning. Organisasjonen viser til at for lave gebyrer kan oppfattes som en kalkulert kostnad snarere enn en faktisk konsekvens og at dette vil svekke lovens virkning og insentivene til etterlevelse. Også *Norges Bondelag*, *Stiftelsen Bondens marked Norge* og *Norsk Bonde- og Småbrukarlag* trekker fram at gebyret bør være høyt nok til å motivere til etterlevelse av loven. *Norges Bondelag* og *Stiftelsen Bondens marked Norge* mener at størrelsen på gebyret bør ses i sammenheng med selskapenes omsetning.

Enkelte av høringsinstansene stiller spørsmål ved behovet for å sette en øvre ramme. *Coop Norge SA (Coop)* uttaler at det foreligger et begrenset grunnlag som taler for at tilsynsmyndigheten skal kunne ilegge overtredelsesgebyr som beregnes i prosent av foretakets årlige omsetning. Både *Virke dagligvare*, *Virke servicehandel* og *Coop* viser heller til at det bør foretas en konkret vurdering etter momentene i forvaltningsloven § 46 andre ledd. *Virke dagligvare* uttaler at det eventuelt bør tas inn en uttrykkelig påminnelse om at forvaltningsloven § 46 legger opp til at den konkrete utmålingen må skje etter en konkret helhetsvurdering. Bakgrunnen er *Virkes* oppfatning av at tilsynsmyndigheter legger seg så tett opp mot maksimaltaket som mulig og at dette fører til uforholdsmessig høye bøter. *Bunnpris* stiller seg bak *Virkes* høringssvar.

NHO Service og Handel vurderer at en utvidelse av overtredelsesgebyrordningen knyttet til foretakets omsetning framstår som lite begrunnet og innebærer en risiko for betydelig straff. Deres forslag videreføres, bør det etter *NHO Service og Handels* syn begrenses til alvorlige og gjentatte brudd, som gir mer forutsigbare rammer. *NHO Service og Handel* viser til hjemmelen om tvangsmulkt i § 16 og at denne eventuelt kan utvides til å omfatte flere typer brudd, men at dette fortsatt ikke gir naturlig sammenheng mellom regelbrudd og foretakets samlede omsetning. Videre uttaler *NHO Service og Handel* at en mulig forbrukerskade vil være indirekte og begrenset og at det i praksis primært er en privat næringsdrivende som rammes.

7.1.4 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget om å presisere i § 15 at det kan treffes vedtak om overtredelse av forskriftsbestemmelser etter § 20 bokstav b, som gjelder presisering av atferdsnormene i §§ 4 til 9. Dette innebærer at det også kan legges gebyr ved overtredelse av slike vedtak.

Departementet merker seg at flere høringsinstanser er kritiske til bruk av overtredelsesgebyr i saker etter lov om god handelsskikk. Instansene mener blant annet at det ikke er i tråd med den primære virkemiddelbruken i loven. Når det gjelder behovet for å åpne for overtredelsesgebyr, viser departementet til drøftelsen i Prop. 33 L (2019–2020) punkt 6.8.4, der det blant annet uttales at tilsynet må ha tilgang til effektive sanksjoner mot brudd på loven i tilfelle dialog og veiledning ikke fører fram. Loven § 17 har gitt hjemmel til å ilegge overtredelsesgebyr siden loven trådte i kraft 1. januar 2021 og den er dermed ikke ny.

Forvaltningsloven § 44 andre ledd krever at en øvre ramme for overtredelsesgebyr må fastsettes i eller i medhold av lov. Kravet videreføres i den nye forvaltningsloven § 79 andre ledd. Etter departementets vurdering er det derfor nødvendig å sette en øvre ramme og dette bør gjøres så fort som mulig, selv om det pågår en utredning som følge av anmodningsvedtak om administrative sanksjoner, jf. Innst. 478 L (2024–2025). Departementet vurderer at rammen bør fastsettes i lov, ikke i forskrift.

Når det gjelder hva den øvre rammen bør være, deler departementet vurderingen til flere av høringsinstansene om at utmålingen vil være en konkret helhetsvurdering. Etter departementets vurdering er det mest objektivt og rimelig å knytte rammen opp til en viss prosent av omsetningen. Dette ivaretar også behovet for et ytre insentiv til å etterleve loven, både for større og mindre aktører.

Det er blandede tilbakemeldinger i høringen på det foreslåtte spennet mellom én og fire prosent. Et flertall av de som uttaler seg gir uttrykk for at en ramme på fire prosent vil være for strengt. Departementet viser til at den tilsvarende rammen i både Sverige og Finland er én prosent. På denne bakgrunnen foreslår departementet at den øvre rammen for overtredelsesgebyr etter lov om god handelsskikk settes til én prosent. Departementet deler for øvrig *DLFs* vurdering av at et overtredelsesgebyr opp mot den øvre rammen bør beholdes de grove bruddene og at gebyrene som regel bør ligge under dette.

7.2 Håndheving

7.2.1 Gjeldende rett

Tilsynsmyndigheten skal etter lov om god handelsskikk § 11 primært føre tilsyn med loven gjennom å gi informasjon om loven og veiledning i enkeltsaker. Tilsynet kan også treffe vedtak om påbud og forbud som er nødvendige for å sikre overholdelse av loven, samt vedtak som stadfester at det har skjedd en overtredelse av lovens forbudsbestemmelser.

Det følger av loven § 14 at tilsynsmyndigheten kun skal benytte sanksjonsmidlene loven gir hjemmel til, dersom veiledning og dialog ikke fører fram. Loven inneholder ikke et formalisert system som aktørene kan bruke for å klage eller varsle tilsynet om mulige brudd på loven.

Det framgår av Prop. 33 L (2019–2020) punkt 1 og punkt 3.3.2 at loven ikke kan håndheves privatrettslig. Dette innebærer at det ikke er anledning til å påberope seg lovens bestemmelser i et privat søksmål for domstolene.

7.2.2 Forslaget i høringsnotatet

I høringen i februar 2025 vurderte departementet flere tiltak for å styrke håndhevingen av lov om god handelsskikk. Et av de mulige tiltakene var å åpne for at loven kunne håndheves privat, i tillegg til offentlig. Privat håndheving avhenger ikke av kapasiteten til et offentlig organ og kan være mer fleksibelt, i tillegg til at partene har mer kontroll over prosessen. Departementet viste imidlertid til at risikoen for framtidige forretningsforhold gjør terskelen for privat håndheving høy. Det er bestemmelser i annet regelverk som rammer atferd som også strider mot god handelsskikk, og som kan håndheves ved domstolene. Etter dette vurderte departementet at det heller er andre tiltak som bør vurderes for å gjøre håndhevingen mer effektiv. Departementet ba likevel om høringsinstansenes syn på om lov om god handelsskikk burde kunne håndheves privat i tillegg til offentlig.

Videre vurderte departementet om det burde innføres en klageordning i loven, for å gjøre håndhevingen lettere for tilsynet. Departementet skisserte en klageordning der den klagende parten får et større selvstendig ansvar for å belyse saken. I tillegg ville ordningen innebære at tilsynet ikke kan legge bort saken uten å komme med en begrunnet avgjørelse, som igjen kunne bidra til å tvinge fram praksis som utvikler god handelsskikk-standardens. Departementet problematiserte

at en slik ordning ville kreve ressurser for å unngå omprioritering av ressurser fra den øvrige virksomheten i tilsynet. Departementet ba om høringsinstansenes innspill til om det bør innføres en klageordning i lov om god handelsskikk, eller om det er andre virkemidler som bør vurderes for å styrke håndhevingen av loven. Ved en eventuell klageordning, ba departementet om innspill til hvordan den burde innrettes.

7.2.3 Høringsinstansenes syn

16 høringsinstanser uttalte seg om hvorvidt loven bør kunne håndheves privat i tillegg til offentlig, herunder *Advokatforeningen*, *Dagligvareleverandørenes forening (DLF)*, *Dagligvaretilsynet*, *Fellesklubben i Ringnes*, *Forbrukerrådet*, *Kjøtt- og fjørfelandsforbundet*, *Konkurransetilsynet*, *LO Norge*, *Mondelez Norge*, *NHO Mat og Drikke*, *NHO Service og Handel*, *Norges Bondelag*, *Orkla ASA (Orkla)*, *TINE SA (Tine)*, *Virke* og *Coca-Cola Europacific Partners Norge AS (CCEPN)*.

De fleste gir uttrykk for at privat håndheving ikke vil bidra til mer effektiv håndheving og flere trekker fram at det vil være kostnadsdrivende. *Fellesklubben i Ringnes* viser til at særlig leverandører vil ha begrensede ressurser til å gå til et søksmål, mens blant andre *DLF* uttaler at et søksmål kan være ødeleggende for framtidige forhandlinger og etablerte kontraktsrelasjoner. *DLF* påpeker også at det er en praktisk utfordring med informasjonsskjevhet, der tilsynsmyndigheten gjennom informasjonspålegg mv. kan belyse saken fra begge sider, i motsetning til partene hver for seg. *NHO Mat og Drikke* påpeker at forhandlingsklimaet og tilliten mellom partene kan svekkes. Både *NHO Mat og Drikke* og *Norges Bondelag* viser til at privat håndheving vil innebære en risiko for underhåndheving av loven. *Dagligvaretilsynet* har ikke registrert at noen av aktørene ønsker en mulighet for privat håndheving og viser også til kostnadene en liten aktør kan risikere å påføres dersom de går den privatrettslige veien. Flere instanser, blant andre *Konkurransetilsynet*, *Mondelez Norge*, *Orkla* og *Tine* deler departementets vurdering av at risikoen for konsekvenser for framtidige forretningsforhold kan innebære at terskelen for privatrettslig håndheving er høy, særlig for mindre aktører. Enkelte instanser kommenterer viktigheten av tilsynsmyndigheten. *DLF* oppfatter at ordningen med et tilsyn som kan holde henvendelser anonymt er en forutsetning for en effektiv håndheving av loven. *CCEPN* understreker viktigheten av at aktørene ikke må belage seg på privat håndheving for å

sikre overholdelse av lovens bestemmelser. *Advokatforeningen* anbefaler at det vurderes grundig blant annet om privat håndheving bør erstatte eller supplere en offentlig håndheving.

Det var om lag ti høringsinstanser som uttalte seg om en formalisert klageordning i loven eller andre virkemidler for å styrke håndhevingen. *DLF*, *Kjøtt og fjørfebransjens Landsforbund*, *Orkla*, *Tine*, *Norges Bondelag* og *Mondelez Norge* er negative til forslaget om en klageordning. *DLF* uttaler at det ikke vil gi en gevinst i håndhevingen å skyve ansvaret for å belyse saken over på dagligvareaktørene og at en formell klageordning vil gjøre klageprosessen mer omstendelig. *Tine* vurderer at en mer formell ordning kan øke terskelen for å løfte inn saker og at en slik prosess i større grad kan sette partene opp mot hverandre.

DLF anser at det er mer relevant å sammenligne med Konkurransetilsynets håndheving av konkurranseloven framfor Statens jernbanetilsyns rolle som overvåkingsorgan, og trekker fram viktigheten av anonymitet. Anonymitet trekkes også fram av *Tine* og *Mondelez Norge*. *Orkla* vurderer at det ikke er mangel på en formalisert klageordning som er årsaken til at tilsynet har mottatt få saker, men heller at relasjonen mellom partene kan tilsi at det er vanskelig å melde fra til et offentlig tilsyn.

Dagligvaretilsynet viser til at telefonsystemet har vært lagt opp slik at direktør alltid er tilgjengelig og at det er mulighet for varsling via et skjema på nettsiden, som også kan sendes inn anonymt. Videre har *Dagligvaretilsynet* tidligere vurdert samme varslingssystem som Konkurransetilsynet benytter, men ikke gått videre med det på bakgrunn av at Konkurransetilsynet opplyste om at systemet i liten grad ble benyttet. Tilsynet er enig i at det kan være naturlig å vurdere en slik løsning igjen. *Dagligvaretilsynet* uttaler at det kan være et godt poeng å studere Jernbanetilsynets formaliserte ordning for varsling og behandling av mulige brudd, selv om virksomhetene ikke er direkte sammenlignbare. *Norges Bondelag* viser til at en tydeligere og mer formalisert varslingsordning kan være gunstig, men at dette kan gjøres innenfor dagens virkemiddelapparat.

NHO Service og Handel vurderer at det lave sakstilfanget kan tyde på behov for en tydeligere og mer formalisert klageprosess, med klare rammer for hvordan saker behandles. Samtidig ser *NHO Service og Handel* det som forståelig at enkelte sakstyper innebærer en høy terskel for å varsle. *Norges Bondelag* frykter at en klageordning vil føre til underoppfyllelse av loven og ser det heller som viktig at tilsynet er aktive og synlige.

Konkurransetilsynet viser til at tydeligere informasjon om at aktører kan klage eller varsle om mulige lovbrudd er mer egnet som effektiviserings tiltak enn å innføre en formell klageordning. Dersom det innføres en klageordning, vurderer Konkurransetilsynet at ordningen bør gi rom for å legge saker bort av prioriteringshensyn, fordi det er avgjørende at Konkurransetilsynet har anledning til å prioritere hvordan slike henvendelser skal følges opp. Tilsynet finner for øvrig at fristene som skisseres i forslaget framstår knappe, men har ikke vurdert hvor lange de eventuelt bør være.

Enkelte høringsinstanser uttaler seg også om andre virkemidler i håndhevingen av loven. *NHO Mat og Drikke* vurderer at en styrking av loven bør gå i retning av klarere bestemmelser om hva loven ikke tillater og på hvilke områder det vil være en aktiv tilsynsfunksjon, og viser til inndelingen i UTP-direktivet. *Orkla* vurderer at det er rom for mer aktiv håndheving innenfor dagens regelverk, og trekker fram at tilsynet kan lage skriftlige veiledninger som eksemplifiserer både «best practice» og urimelig praksis. *Orkla* uttaler også at det vil være enklere for partene å håndtere situasjoner bilateralt dersom loven får et tydeligere innhold, med mindre bruk av generalklausuler. *Advokatforeningen* vurderer at større forutberegnelighet kan sikres ved å legge enkelte materielle bestemmelser nærmere opp til bestemmelser i UTP-direktivet.

7.2.4 Departementets vurderinger

Dagligvaretilsynet ble opprettet samtidig med at lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden trådte i kraft. Etter forslag i Prop. 4 L (2019–2020) er håndhevingen av lov om god handelsskikk med virkning fra våren 2026, flyttet til Konkurransetilsynet og *Dagligvaretilsynet* er lagt ned.

På bakgrunn av høringen i februar 2025 har departementet vurdert om det er behov for flere virkemidler i håndhevingen av loven.

Høringsinnspillene gir etter departementets syn ikke grunnlag for å anta at det vil ha en effekt å åpne for privat håndheving av loven i form av en adgang til å ta ut søksmål for domstolene. Terskelen for å gå til sak vil trolig være høy og det er risiko for at søksmål svekker relasjonene og forhandlingsklimaet mellom partene. Samtidig vurderer departementet at det heller ikke er behov for å stenge for privat håndheving av lovens bestemmelser. Det gir fleksibilitet til partene at muligheten er åpen, selv om det er lite sannsynlig at den vil bli brukt. Departementet foreslår derfor

ikke å stenge for dette. Det framgår av forarbeidene til lov om god handelsskikk at det ikke åpnes for privat håndheving. Dette gjenspeiles imidlertid ikke i selve loven. Det følger av lov 17. juni 2005 nr. 90 om mekling og rettergang i sivile tvister (tvisteloven) § 1-3 at det kan reises sak for domstolene om «rettskrav». Departementet vurderer at krav etter bestemmelser i lov om god handelsskikk i mange tilfeller vil utgjøre rettskrav og anser det derfor ikke som nødvendig med ytterligere regulering.

Departementet merker seg at flere høringsinstanser er negative til en formalisert klageordning. Instansene viser blant annet til at prosessen blir mer omstendelig, at partene settes opp mot hverandre og at en slik ordning kan øke terskelen for å henvende seg til tilsynet. Flere trekker også fram at det er behov for å kunne være anonym, noe som ikke vil være forenlig med en klageordning.

Ansvaret for å håndheve loven er nylig flyttet til Konkurransetilsynet. Tilsynet er et uavhengig forvaltningsorgan og bør etter departementets syn selv vurdere hvordan oppgaven skal organiseres og utøves. På nåværende tidspunkt ser departementet ikke behov for å regulere en formalisert klageordning. Av hensyn til uavhengigheten og behovet for å prioritere ressursbruk, er det per nå heller ikke ønskelig å pålegge tilsynet å behandle alle innkomne saker om lov om god handelsskikk. Dersom det viser seg at de eksisterende utfordringene med håndhevingen av loven vedvarer etter flyttingen, vurderer departementet likevel at en klageordning og et eventuelt krav om at tilsynet behandler alle innkomne saker kan være hensiktsmessig. UTP-direktivet inneholder krav om en klageordning i artikkel 5, der den håndhevende myndigheten innen en rimelig frist må underrette klageren om hvordan den følger opp klagen. Selv om norsk rett ikke harmoniseres med UTP-direktivet, vurderer departementet at det er relevant å se hen til klageordningen i direktivet dersom noe lignende skal innføres i Norge.

Departementet foreslår en forskriftshjemmel i lov om god handelsskikk for å legge til rette for etablering av en klageordning. Forskriftshjemmelen vil åpne for at departementet kan regulere rammer og saksbehandlingsregler for en formalisert klageordning etter loven. Dersom dette blir aktuelt, vil forslag til forskrift bli sendt på offentlig høring på vanlig måte før den vedtas. Eventuelle budsjettmessige konsekvenser av en klageordning vil bli håndtert i de ordinære budsjettprosessene.

Departementet foreslår at forskriftshjemmelen om etablering av en klageordning tas inn i den

eksisterende forskriftshjemmelen i § 20, som ny bokstav h. I høringsnotatet beskrev departementet klageordningen som er etablert for Statens jernbanetilsyn som markedsovervåkningsorgan, som et eksempel på hvordan en klageordning kan utformes. I utformingen av forskriftshjemmelen om en klageordning for saker etter lov om god handelsskikk har departementet sett hen til forskriftshjemmelen i jernbaneloven § 7 c andre til fjerde ledd. Dette innebærer imidlertid ikke at en eventuell klageordning vil bli utformet likt som Jernbanetilsynets ordning.

7.3 Presiseringer av atferdsnormene i forskrift

7.3.1 Gjeldende rett

Lov om god handelsskikk § 20 regulerer Kongens myndighet til å gi forskrifter etter loven. Forskriftshjemmelen gjelder blant annet avgrensning av virkeområdet og presisering av atferdsnormene i §§ 4 til 9.

7.3.2 Forslaget i høringsnotatet

Departementet foreslo å utvide forskriftshjemmelen i § 20 bokstav b, slik at den omfatter de nye bestemmelsene om rimelig forhold og strengere skriftlighetskrav. Departementet foreslo ikke å utvide forskriftshjemmelen ytterligere, og viste til at innføring av nye særbestemmelser av tilsvarende karakter som §§ 4 til 10 bør skje ved lov.

7.3.3 Høringsinstansenes syn

To høringsinstanser uttalte seg om departementets forslag om utvidelse av forskriftshjemmelen.

Dagligvareleverandørenes forening (DLF) støtter departementets forslag, men presiserer at hjemmelen til å gi forskrift må omfatte alle atferdsnormene i lovens kapittel 2. Både DLF og *Dagligvaretilsynet* mener forskriftshjemmelen også burde åpne for å presisere god handelsskikk-standardens i loven § 3.

Dagligvaretilsynet viser til at § 3 er en skjønnsmessig vurderingsnorm som krever en konkretisering av bestemmelsens innhold. En slik presisering kan etter tilsynets vurdering ikke forventes å skje gjennom praksis, ettersom antall saker hittil er begrenset. Tilsynet skisserer at presiseringer i forskrift kan bygge på retningslinjer laget av *Dagligvaretilsynet* for hvordan de vil tolke standarden.

DLF trekker fram at en utvidelse av forskriftshjemmelen vil åpne for reguleringer som kan pre-

sisere innholdet i standarden og komme til anvendelse for håndheving i forhold som ikke dekkes av atferdsnormene, men som er i strid med god handelsskikk-standarden i § 3.

7.3.4 Departementets vurderinger

Som det framgår av omtalen i punkt 4 og 5, har departementet endret plassering av de nye bestemmelsene om rimelig forhold og strengere skriftlighetskrav sammenlignet med høringsnotatet. Det er dermed ikke nødvendig å endre forskriftshjemmelen i § 20 bokstav b for å inkludere de nye bestemmelsene. Departementet foreslår likevel en språklig justering i bokstav b, ved å endre «adferdsnormene» til «atferdsnormene».

I høringen har det kommet innspill om at det også bør kunne gis forskrift om den generelle god

handelsskikk-standarden i § 3. Dersom tilsynsmyndigheten utarbeider retningslinjer for håndhevingen av standarden, kan ikke departementet se at en forskrift om det samme vil gi en gevinst. Som det framgikk av høringsnotatet, ser departementet det som en fordel at det er Stortinget som tar stilling til nye atferdsnormer, på bakgrunn av en grundig lovendringsprosess i forkant.

Departementet bemerker også at noe av det sentrale med en rettslig standard i loven er at den skal kunne brukes på et vidt spekter av tilfeller. Atferdsnormene i §§ 4 til 9 utdyper standarden, men innebærer ikke en begrensning på anvendelsen av den generelle standarden på tilfeller som faller utenfor de lovregulerte normene. Departementet deler derfor ikke DLFs vurdering om at det er behov for å presisere innholdet i § 3 for tilfeller som ikke dekkes av §§ 4 til 9.

8 Endring i anskaffelsesloven

8.1 Bakgrunn for lovforslaget

Det opprinnelige lovforslaget i Prop. 147 L (2024–2025) ble vedtatt av Stortinget med enkelte endringer. Departementets forslag til regulering av lønns- og arbeidsvilkår ble vedtatt av Stortinget uten endringer. Ved en inkurie ble lovteksten foreslått og vedtatt uten at anskaffelsesloven § 5j henviser til § 5p. Departementet fremmer derfor forslag om dette i denne proposisjonen.

Departementet ser det som «åpenbart unødvendig» å sende forslaget på en ny høring, jf. utredningsinstruksen punkt 3-3 andre ledd tredje kulepunkt.

8.2 Forslaget som var ment fremmet i Prop. 147 L (2024–2025)

8.2.1 Innledning

I Prop. 147 L (2024–2025) *Lov om endringer i anskaffelsesloven (samfunnshensyn mv.)* ble det foreslått å regulere kravene til lønns- og arbeidsvilkår mv. i offentlige kontrakter i anskaffelsesloven. Tidligere har disse bestemmelsene vært forskriftsregulert. Arbeidstilsynet og Havindustritilsynet fører tilsyn med forskriftsbestemmelsene innenfor sitt myndighetsområde.

Det ble også foreslått å flytte reglene om Arbeidstilsynets og Havindustritilsynets tilsynsansvar fra anskaffelsesloven § 6 tredje og fjerde ledd til ny § 5j. Paragraf 5j er ny, men viderefører i hovedsak den tidligere anskaffelsesloven § 6 tredje og fjerde ledd. Som det følger av spesialmerknadene til § 5j, skulle tilsynsansvaret omfatte oppdragsgivers plikter etter §§ 5e, 5f, 5i og 5p. På grunn av en inkurie i selve lovforslaget ble ikke anskaffelsesloven § 5p tatt med i opplistingen i § 5j. Forslaget ble vedtatt uten endringer. Departementet foreslår at dette nå korrigeres, og viser til lovforslaget i denne proposisjonen.

8.2.2 Nærmere om anskaffelsesloven § 5p

Anskaffelsesloven § 5p gir regler om at når en oppdragsgiver tar inn kontraktsvilkår for å ivareta samfunnshensyn i kontrakten, skal oppdragsgiveren også sørge for å kontraktsfeste egnede sanksjoner for leverandørens eller underleverandørens eventuelle brudd på slike kontraktsvilkår. Formålet er å sørge for at oppdragsgiver har effektive virkemidler i kontraktsoppfølgingen, og dermed bidra til å øke effekten av kravene som skal fremme samfunnshensyn.

9 Økonomiske og administrative konsekvenser

9.1 Endringene i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden

9.1.1 Samfunnsøkonomiske virkninger

Formålet med endringene er å bidra til at lovens bestemmelser i større grad støtter opp om lovens formål. Loven skal bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser ved å fremme redelighet, forutberegnelighet og lojalitet i kontraktsforhold mellom næringsdrivende i dagligvarebransjen. Mer effektive løsninger kan være til fordel både for dagligvareaktørene, og for forbrukere i form av et bedre dagligvaretilbud.

Selv om lov om god handelsskikk ikke er en konkurranselov, kan endringene som foreslås ha konsekvenser for konkurransen i dagligvarebransjen. På den ene siden kan endringene bidra til lavere etableringshindringer og økt konkurranse gjennom å beskytte mindre aktører fra å måtte betale uforholdsmessig mye for tjenester fra andre avtaleparter. På den andre siden kan endringene føre til at det blir mindre attraktivt, og mer komplisert, å tilby tjenester. Dette er fordi endringene innebærer at det må være et rimelig forhold mellom leveransens verdi og betalingen for tjenesteleveransen, og aktørene må forholde seg til strengere regler for utforming av avtaler.

Forslaget om å utvide lovens virkeområde til storhusholdning, kiosk, bensinstasjoner og servicehandel, kan bidra til bedre handelsskikk og mer effektive løsninger innen disse sektorene, til fordel for både næringsdrivende og forbrukere. Forslaget kan samtidig påvirke den regulatoriske byrden for næringsdrivende, og ressursbruken hos tilsynsmyndighetene, se omtale under.

Forslaget om endringer i etterligningsvernet, innebærer at bestemmelsen rettes direkte mot dagligvarekjeder som selger egne merkevarer. Bestemmelsen blir dermed mer tydelig og målrettet, samtidig som virkeområdet for bestemmelsen snevres inn noe. Endringene kan på den ene siden bidra til å øke antall saker for tilsynsmyndighetene, gjennom å øke bestemmelsens synlighet. På den andre siden kan endringene bidra til færre

saker, gjennom at bestemmelsen virker mer forebyggende, og gjennom at bestemmelsens virkeområde innsnevres. Innsnevringen av virkeområdet vil innebære at reguleringsbyrden for næringsdrivende reduseres noe.

9.1.2 Konsekvenser for det offentlige

Håndhevingen av nye bestemmelser, og utvidelsen av loven til storhusholdning, kiosk, bensinstasjoner og servicehandel, vil kreve ressurser. Dersom ikke den nødvendige ressursbruken kan dekkes innenfor Konkurransetilsynets gjeldende bevilgning, forutsetter endringene enten økte bevilgninger til tilsynsmyndigheten eller omprioritering av ressurser fra øvrig virksomhet.

Behovet for økte ressurser motvirkes til en viss grad av at noen endringer er ment å bidra til å klargjøre loven, og dermed gjøre den enklere å håndheve. For eksempel vil utvidelsen av lovens virkeområde bidra til økt klarhet om virkeområdet. Videre kan en tydeligere regel om produktterligninger bidra til å klargjøre hva som ligger i god handelsskikk-standardene. På den andre siden medfører flere av de nye bestemmelsene at tilsynsmyndigheten må gjøre krevende skjønnsmessige vurderinger, og hente inn informasjon fra dagligvareaktørene. For eksempel kan det være utfordrende å vurdere hva som er et rimelig forhold mellom betalinger og verdien av leveranser, og for å gjøre vurderingen kan det i noen tilfeller måtte hentes inn detaljert informasjon om aktørenes kostnader og prissystem.

I den grad endringene fører til at tilsynsmyndigheten behandler flere saker, kan det bidra til å klargjøre god handelsskikk-standardene på sikt og dermed gjøre det lettere for tilsynsmyndigheten å håndtere henvendelser framover i tid.

Konkurranseskjelenemnda er fra våren 2026 klageorgan for vedtak fattet etter lov om god handelsskikk. Lovendringene kan få økonomiske konsekvenser for klageorganet, i den grad lov om god handelsskikk fører til økt antall klager på vedtak etter lov om god handelsskikk. Omfanget av eventuelle klagesaker er på nåværende tidspunkt ikke mulig å anslå.

Departementet vurderer det som lite sannsynlig at åpningen for privat håndheving av loven vil føre til økt sakstfang for domstolene. Bestemmelsene som det kan være aktuelle å gå til sak for, overlapper i stor grad med regelverk som kan håndheves privat i dag.

9.1.3 Konsekvenser for næringslivet

Lov om god handelsskikk har som formål å bidra til mer effektive avtaleforhold mellom næringsdrivende i dagligvarebransjen. I den grad de nye bestemmelsene bidrar til økt oppnåelse av lovens formål, vil det være til fordel for de næringsdrivende.

Endringene som vurderes innebærer hovedsakelig at det legges til nye bestemmelser i lov om god handelsskikk, som gir restriksjoner i hvordan aktørene kan opptre i forhandlinger, og i hvordan de kan utforme sine avtaler. Slike restriksjoner kan gjøre det mer tid- og ressurskrevende for aktørene å innrette seg etter loven. Utvidelsen av

lovens virkeområde vil føre til at slike restriksjoner gjelder for flere aktører enn tidligere. Særlig mindre aktører med begrenset tilgang til juridisk kompetanse, kan finne det vanskelig å sette seg inn i lovens bestemmelser.

Flere av de foreslåtte bestemmelsene i loven er innrettet på en måte som bidrar til å beskytte mindre detaljister og leverandører fra dårlig handelsskikk. Dette kan redusere uforholdsmessige kostnader og risiko for små og mellomstore aktører.

9.2 Endringen i anskaffelsesloven

Forslaget om å innta henvisning til anskaffelsesloven § 5p i anskaffelsesloven § 5j er en lovteknisk justering som ikke vil medføre nevneverdige økonomiske eller administrative kostnader.

Endringen innebærer kun at Arbeidstilsynet og Havindustritilsynet får tilbake de samme tilsynsoppgavene som de hadde fram til 1. juli 2026.

10 Merknader til de enkelte bestemmelsene

10.1 Til endringene i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden

Til lovens tittel

Lovens tittel endres slik at begrepet «dagligvarebransjen» brukes istedenfor «dagligvarekjeden». Endringen omtales i punkt 3.4.1.

Til § 2 første ledd bokstav b

Virkeområdet endres slik at loven også omfatter salg til storhusholdning, kiosk, bensinstasjoner og servicehandel, selv om det ikke går gjennom en part som også leverer dagligvarer til utsalgssteder som har salg av dagligvarer som en vesentlig del av sin virksomhet. Det vises til merknaden til § 2 i Prop. 33 L (2019–2020) punkt 8 for hvordan storhusholdning skal forstås. Endringen omtales i punkt 3.4.2.

Til § 6 a

Paragrafen er ny og regulerer forholdet mellom betalinger og rabatter for en tjenesteleveranse, og verdien av leveransen. Endringen omtales i punkt 4.4.

Det følger av *første punktum* at betalinger og rabatter for tjenesteleveranser skal stå i et rimelig forhold til verdien av leveransen. «Betalinger» skal forstås som pengebeløpet som overføres mellom næringsaktørene, som vederlag for en ytelse. Betegnelsen «rabatter» er i hovedsak tatt med av pedagogiske hensyn, for å tydeliggjøre at også rabatter innebærer en form for betaling. Med «tjenesteleveranser» menes distribusjon, felles markedsføring, hylleplass og andre lignende ytelser, jf. *andre punktum*. Begrepet er ment å omfatte det som kan beskrives som støttetjenester eller støtteaktiviteter til salg av varer.

Det må vurderes konkret i hvert enkelt tilfelle hva som ligger i «rimelig forhold». Bestemmelsen skal kunne brukes i ulike kontekster og avtaleforhold og kommer i tillegg til andre alminnelige kontraktsrettslige regler, for eksempel lojalitetsplikten og avtaleloven § 36. Det forven-

tes mer av den sterkere parten i avtaleforholdet i avtaler som omfattes av lov om god handelsskikk enn det som følger av alminnelige kontraktsrettslige regler.

Etter *tredje punktum* skal verdien av ytelsen fastsettes basert på «rimelige og objektive kriterier». Selv om kravet knytter seg til «verdien», er kostnadene ved å levere ytelsen likevel en sentral del av hvordan verdien kan fastsettes. Verdien av eventuelle motytelser er også relevant i vurderingen. Andre relevante momenter ved fastsettelsen av verdien er blant annet leveransens art, omfang og kvalitet, betydningen av leveransen for motakeren og omstendighetene ellers.

Kravet gjelder i utgangspunktet for alle partene i et forhandlingsforhold. I praksis vil det i hovedsak gjelde for den sterkeste forhandlingsparten. Med den gjeldende konkurransesituasjonen i dagligvarebransjen, vil det som oftest være de største dagligvarekjedene og -leverandørene som rammes av bestemmelsen.

Til § 6 b

Paragrafen er ny og regulerer et særskilt skriftlighetskrav for visse typer betalinger. Endringen omtales i punkt 5.4.

For det første gjelder dette betalinger for dagligvarekjedenes markedsføring av eller reklame for leverandørens produkter, jf. *bokstav a*. «Markedsføring» i denne sammenhengen dekker blant annet større strategier med formål om å øke salget av et produkt overfor en målgruppe, mens «reklame» blant annet omfatter individuelle komponenter i markedsføringen.

Betalinger for opplagring, utstilling eller annen presentasjon av leverandørens produkter er også underlagt et særskilt skriftlighetskrav, jf. *bokstav b*.

Til slutt gjelder det etter *bokstav c* betalinger som ikke har en direkte sammenheng med salget av en dagligvare eller en annen ytelse. Det må vurderes konkret i hvert enkelt tilfelle om det er «direkte sammenheng» mellom salget av en dagligvare eller en annen ytelse og betalingen. Et bidrag fra en leverandør til en kjede for åpning av

ny butikk kan være et eksempel på en betaling der det ikke er direkte sammenheng.

De tre bestemmelsene er inspirert av følgende bestemmelser i UTP-direktivet: artikkel 3 nr. 1 bokstav d, artikkel 3 nr. 2 bokstav d og e og artikkel 3 nr. 2 bokstav b. De er imidlertid ikke harmonisert med direktivet. Det kan være relevant å se hen til praksis knyttet til UTP-direktivet, uten at dette er bindende for hvordan § 6 b skal tolkes.

Konsekvensen av at en betaling ikke er skriftlig avtalt, er at partene kan holde tilbake betalingen. Paragrafen gjelder ved siden av det generelle kravet om skriftlige avtaler i § 6.

Til § 9

Bestemmelsen endres slik at den rettes tydeligere mot dagligvarekjedenes salg av egne merkevarer. Endringen omtales i punkt 6.4. Det må avgjøres konkret i hvert enkelt tilfelle om et produkt utgjør en egen merkevare. Kategorien egne merkevarer omfatter både produkter hvor dagligvarekjeden selv er eier av varemerket og produkter som dagligvarekjedene har en sterk tilknytning til, og innflytelse over. Det sentrale for vurderingen er om dagligvarekjeden kontrollerer eller har sterk innflytelse på beslutninger som tas om blant annet produksjon, produktets utforming, markedsføring og distribusjon av produktet.

Videre endres bestemmelsen slik at det henvises direkte til markedsføringsloven § 30 istedenfor at ordlyden gjengis. Hensikten er å tydeliggjøre at det er samme vurderingstema for hva som utgjør en rettsstridig etterligning etter lov om god handelsskikk som etter markedsføringsloven.

Til § 15

Paragrafen endres for å presisere at tilsynsmyndighetens vedtakskompetanse også omfatter bestemmelser gitt i forskrift etter § 20 bokstav b. Forskrifter gitt etter § 20 bokstav b presiserer atferdsnormene i §§ 4 til 9. Endringen omtales i punkt 7.1.4. Det gjøres også en språklig endring i *første ledd* ved at «annet» ledd endres til «andre» ledd. I overskriften fjernes henvisningen til §§ 3 til 10. Dette medfører ingen realitetsendringer.

Til § 17 andre ledd

Det legges til et nytt *tredje punktum* om at overtredelsesgebyret kan utgjøre inntil én prosent av foretakets omsetning. Hensikten er å sette en øvre ramme for gebyret, slik forvaltningsloven § 44 krever. Gebyret skal utmåles konkret i hvert enkelt tilfelle. Gebyrer opp mot den øvre rammen vil bare være aktuelt for alvorlige overtredelser. Foretakets omsetning skal beregnes på samme måte som ved utmåling av overtredelsesgebyr etter konkurranseloven. Endringen omtales i punkt 7.1.4.

Til § 20

I *bokstav b* gjøres en språklig endring, ved at «adferdsnormene» endres til «atferdsnormene». Det er normene i §§ 4 til 9 som kan presiseres i forskrift etter bestemmelsen. De nye bestemmelsene §§ 6 a og 6 b omfattes også av forskriftshjemmelen. Endringen omtales i punkt 7.3.4.

Det legges til en ny *bokstav h*, som innebærer at Kongen kan gi forskrift om etablering av en klageordning for saker etter loven. Organisering og saksbehandling nevnes som eksempler på hva det kan gis forskrift om, men dette er ikke uttømmende. Endringen omtales i punkt 7.2.4.

10.2 Til endringen i anskaffelsesloven

Til anskaffelsesloven § 5j

Arbeidstilsynet og Havindustritilsynet skal innenfor sine eksisterende tilsynsområder også føre tilsyn med at oppdragsgiver har inntatt sanksjoner som kontraktsvilkår, i de tilfeller anskaffelsesloven § 5p oppstiller en slik plikt. Endringen omtales i punkt 8.

10.3 Ikrafttredelse

Endringen i anskaffelsesloven trer i kraft straks. For øvrig trer endringene i kraft fra den tiden Kongen bestemmer. Det åpnes for at Kongen kan sette i kraft de enkelte bestemmelsene til ulik tid.

Nærings- og fiskeridepartementet

t i l r å r :

At Deres Majestet godkjenner og skriver under et framlagt forslag til proposisjon til Stortinget om endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden mv. (presiseringer i god handelsskikk-standarden mv.).

Vi HAAKON, Norges Konge,

s t a d f e s t e r :

Stortinget blir bedt om å gjøre vedtak til lov om endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden mv. (presiseringer i god handelsskikk-standarden mv.) i samsvar med et vedlagt forslag.

Forslag

til lov om endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden mv. (presiseringer i god handelsskikk-standardens mv.)

I

I lov 17. april 2020 nr. 29 om god handelsskikk i dagligvarekjeden gjøres følgende endringer:

Lovens tittel skal lyde:

Lov om god handelsskikk i dagligvarebransjen

§ 2 første ledd bokstav b skal lyde:

b. for salg til storhusholdning, kiosk, bensinstasjoner og servicehandel.

Ny § 6 a skal lyde:

§ 6 a *Rimelig forhold mellom betalinger og tjenesteleveranser*

Betalinger og rabatter for tjenesteleveranser skal stå i et rimelig forhold til verdien av leveransen. Med tjenesteleveranser menes distribusjon, felles markedsføring, hylleplass og andre lignende ytelser. Verdien skal fastsettes basert på rimelige og objektive kriterier.

Ny § 6 b skal lyde:

§ 6 b *Vilkår for å gjennomføre visse betalinger*

Med mindre det er skriftlig avtalt, er partene ikke forpliktet til å gjennomføre

- a. *betalinger for dagligvarekjedenes markedsføring av eller reklame for leverandørens produkter,*
- b. *betalinger for opplagring, utstilling eller annen presentasjon av leverandørens produkter,*
- c. *betalinger som ikke har en direkte sammenheng med salget av en dagligvare eller en annen ytelse.*

§ 9 skal lyde:

§ 9 *Vern mot etterligninger*

Dagligvarekjeder som selger egne merkevarer, skal sørge for at det ikke anvendes etterlignende kjennetegn, produkter, kataloger, reklamemidler eller andre frambringelser i strid med markedsføringsloven § 30.

§ 15 skal lyde:

§ 15 *Vedtak om overtredelse*

Dersom tiltak etter § 14 andre ledd ikke er tilstrekkelig for å sikre at en eller flere av bestemmelsene i §§ 3 til 10 eller forskrift etter § 20 bokstav b overholdes, kan Konkurransetilsynet treffe vedtak om påbud og forbud som er nødvendige for å sikre overholdelse.

Konkurransetilsynet kan også treffe vedtak som stadfester at det har skjedd en overtredelse av en eller flere av bestemmelsene i §§ 3 til 10 eller forskrift etter § 20 bokstav b.

§ 17 første ledd nytt andre punktum skal lyde:

Overtredelsesgebyret kan utgjøre inntil én prosent av foretakets omsetning.

§ 20 bokstav b skal lyde:

- b. avgrensning av virkeområdet og presisering av atferdsnormene i §§ 4 til 9

§ 20 bokstav f, g og ny bokstav h skal lyde:

- f. utmåling av overtredelsesgebyr,
- g. innføring av EØS-regelverk om forretningspraksis for dagligvarebransjen,
- h. etablering av en klageordning for saker etter loven, herunder om organisering og saksbehandling.

II

I lov 17. juni 2016 nr. 73 om offentlige anskaffelser gjøres følgende endring:

§ 5j første ledd første punktum skal lyde:
Arbeidstilsynet fører innenfor sitt myndighetsområde tilsyn med at pliktene etter §§ 5e, 5f, *5i og 5p* overholdes.

III

Endringen av anskaffelsesloven i del II i loven her trer i kraft straks. For øvrig gjelder loven fra den tid Kongen bestemmer. De enkelte bestemmelsene kan settes i kraft til forskjellig tid.
