

TOBAKKINDUSTRIENS FELLESKONTOR

Helse- og Omsorgsdepartementet
Postboks 8011 Dep
0030 Oslo

Kopi: Justisdepartementet

Oslo, 09.06.2015

HØRINGSUTTALELSE - STANDARDISERTE TOBAKKSPAKNINGER

1. INNLEDNING:

Vi viser til departementets høringsnotat datert 17. mars 2015 med høringsfrist 9. juni 2015 og oversender vår høringsuttalelse.

Det vil bli gjort gjeldende at forslaget vil innebære

- En ekspropriasjon av produsentens varemerkerett i strid med EMK, tilleggsprotokoll 1, art. 1 og Grunnloven § 105.
- Et inngrep i produsentens ytringsfrihet i strid med EMK art. 10.
- En handelshindring i strid med EØS-avtalens art. 11 jf. art 13.
- Et inngrep i produsentens bruksrett til varemerket i strid med TRIPS-avtalen.

Vi vil derfor fraråde at departementet fremmer det beskrevne lov- og forskriftsutkast for Stortinget. Det er ikke mulig å forsvare innføringen av de sterke virkemidlene i utkastet basert på foreliggende dokumentasjon, sammenholdt med eksistensen av alternative virkemidler som kan benyttes for å oppnå departementets målsetninger. Vi fremholder at de foreslåtte virkemidlene er av tvilsom effektivitet og klart i strid med øvrig lovverk Norge er forpliktet av.

2. EN INNFORING AV FORSLAGET VIL MEDFØRE EN EKSPROPRIASJON AV VAREMERKET I STRID MED EMK OG GRUNNLOVEN

2.1 Varemerkets verdi og betydning

I henhold til varemerkelovens § 2 kan et varemerke bestå av alle slags tegn, som for eksempel ord, navn, bokstaver, tall, figurer eller en vares form, utstyr eller emballasje.

Postadr.: Postboks 1331 Vika, 0112 Oslo
Besøksadr.: c/o Brækhus Dege Advokatfirma DA
Dr. Mauds gt. 10
0250 Oslo

Tlf.: +47 23 23 90 60
Fax: +47 22 83 60 60
Mail: sekretariat@tobind.no
Org.nr.: NO 971 435 046 MVA

Det tar mye tid og ressurser å utvikle et varemerkes styrke og opparbeide en markedsposisjon for varemerket. I prinsippavgjørelsen *L'Oréal* oppsummerte EU-domstolen de funksjoner som et varemerke har, og som innehaveren har rett til å utnytte, på følgende måte:

«Blandt disse funksjoner skal ikke blot henregnes varemærkets væsentligste funktion, som er at garantere varens eller tjenesteydelsens oprindelse over for forbrugerne, men ligeledes varemærkets øvrige funktioner, særligt den funktion, der består i at garantere varens eller tjenesteydelsens kvalitet eller kommunikations-, investerings- eller reklamefunksjoner.»¹

Videre fastslo domstolen at vernet av sterke varemerker også dekket visse former for misbruk av merket fra tredjepart (§35):

«Disse former for krænkelser er for det første skader på varemærkets særpræg, for det andet skader på dette varemærkes renommé og for det tredje utilbørlig udnyttelse af varemærkets særpræg eller renommé (jf. i denne retning Intel Corporation-dommen, præmis 27).»

Et godt varemerke vil ha stor økonomisk betydning for innehaveren, da det bidrar til gjenkjennelse, skiller varene fra konkurrentens og kan gi et signal om varens egenskaper, kvaliteter og så videre. Verdien av varemerket oppstår følgelig gjennom de funksjoner det utøver i møtet med forbrukerne. Det er disse innarbeidede og sterke verdiene som departementets forslag i realiteten foreslår å ekspropriere.

2.2 Et bruksforbud mot alt annet enn ordmerket vil i seg selv utgjøre en konfiskasjon av produsentenes bruksrett til varemerket

Vi konstaterer at departementet hevder at:

«Bestemmelsen gir merkehaveren en såkalt negativ rettighet i form av at han kan forby andre å utføre enkelte handlinger som krenker varemerkeretten. Departementet anser det klart at merkehaveren således gis en privatrettslig rett til å være den eneste som kan bruke varemerket, og ikke en positiv bruksrett i ethvert ønsket tilfelle»²

Vi anser en slik analyse for å være i overkant formalistisk, og er av den oppfatning at denne ikke hensyntar det underliggende formålet bak det harmoniserte regime som Varemerkedirektivet etablerer i EØS-området, og som er inkorporert i norsk rett gjennom EØS-avtalen. I særdeleshet, når man tar i betraktning de essensielle funksjonene til varemerkerettighetene som er nærmere beskrevet ovenfor, så kan neppe retten til å ekskludere andre utelukkende være regelverkets formål. Det er snarere slik at Varemerkedirektivet og varemerkerett generelt gir innehaveren av varemerket en mulighet til å bruke sine varemerker eksklusivt, for å skille sine varer og tjenester effektivt fra sine konkurrenter, og for å gjøre forbrukerne i stand til å identifisere og få en garanti for

¹ C-487/07 *L'Oréal*, se §58

² Høringsnotatet pkt. 3.7.3 s. 29.

opprinnelsen av varene og tjenestene. For å si det enkelt, dersom en produsent blir fratatt sin rett til å benytte immaterielle rettigheter, så vil en rett til å stanse andre fra å bruke disse rettighetene være innholdsløs.

I motsetning til argumentet som ligger implisitt i departementets uttalelse, så er det ikke nødvendig at en domstol skal slå fast at det foreligger en absolutt rett til å benytte et varemerke (og vi har ikke engang anført at en slik absolutt rett eksisterer), for å konstatere at innføringen av standardisert innpakning vil innebære en verdimessig nedjustering av produsentens eiendom, samt et brudd på varemerkeloven § 1. Det er et faktum at bruk av visse varemerker kan, og er, forbudt ved lov. Imidlertid er situasjonene hvor bruk kan bli forbudt svært begrenset, og hvorvidt det er adgang til å innføre slike forbud må baseres på en konkret vurdering. Denne vurderingen nekter departementet å gå inn på.

I stedet forsøker departementet, ved det foreslåtte utkastet, å gjøre hele konseptet «varemerke» innholdsløst.

2.3 Bruksforbudet vil utgjøre en ekspropriasjon av produsentens eiendomsrett til designelementene i varemerket

Etter varemerkeloven § 37(1) har varmerkeeieren en plikt til å ta merket «*i reell bruk her i riket for de varer og tjenester det er registrert for*», dersom man vil unngå sletting av registreringen. Tilsvarende vil merket kunne slettes «... *hvis bruken har vært avbrutt i fem år i sammenheng.*»

Muligheten til å sette tobakkselskapets varemerke i standardisert font og liten skrift på pakken, vil ikke avhjelpe denne utfordringen, idet bruksplikten i prinsippet krever at varemerket brukes slik det er registrert.

Sentrale varemerkeregistreringer det er knyttet betydelige verdier til, så som logoer og figurmerker, står således i fare for å kunne bli slettet som følge av ikke-bruk.

Når denne bruksplikten sammenholdes med tobakksskadelovens §4(3) som forbyr enhver bruk av et merke som «*hovedsakelig er kjent som et merke for tobakksvare*» i andre sammenhenger, er det åpenbart at produsentene ikke kan oppfylle bruksplikten, da alle andre anvendelsesmåter for varemerket er stengt ved lov.

Blir påbudet om standardisert innpakning innført vil derfor alle designelementer i noen av landets sterkeste varemerker falle i det fri om fem år og meget betydelige verdier vil gjøres tilgjengelige for alle landets næringsdrivende – som ikke har investert en eneste krone i utviklingen av disse. Eksempelvis vil en ølprodusent kunne lansere ølboksen «Pils» med Tidemands gamle «Prince» - skrifttype, krone over «i»en og rødfarge oppe og nede. En slik utnyttelse vil da være fullt lovlig.

Denne effekten av samspillet mellom varemerkeloven og tobakksskadeloven utgjør en ekspropriasjon av bransjens designelementer, såvel etter Grunnloven som etter EMK.

2.4 Lovligheten av begrensninger av EMK, tilleggsprotokoll 1, artikkel 1:

Et inngrep i produsentens eiendomsrett til varemerke uten erstatning er et brudd på EMKs beskyttelse av eiendomsretten. Videre må et slikt inngrep, for å kunne forsvares etter EMK, være både formålstjenlig og forholdsmessig. Det skal finne sted en rimelig balanse mellom samfunnets legitime interesse og de rettighetene som beskyttes. Det er klart at en reduksjon av skadevirkninger ved tobakksbruk utgjør et legitimt formål. Dette er et nødvendig, men ikke tilstrekkelig, vilkår. I nødvendighets- og forholdsmessighetsvurderingen skal det også vurderes om det finnes andre og mindre inngripende virkemidler. Det er staten som har bevisbyrden for at inngrepet også er egnet og forholdsmessig.

I Norge foreligger allerede omfattende inngrep i produsentens rett til å disponere forpakningen ved at 65 % av forpakningen snart vil inneholde advarsler. I tillegg er det forbud mot synlig oppstilling. Det er nå videre snakk om å gripe inn i de resterende 35 % av forpakningen som gjøres kjent for kjøperen først etter at kjøp er foretatt. Det er således kun her forslaget vil kunne ha en effekt.

Erfaringer fra Australia, som har innført slike pakninger, viser at det ikke foreligger holdepunkter som tilsier at standardiserte forpakninger vil ha den tilsiktede effekt, og flere studier samt markedsdata, beviser dette.³ Eksisterende erfaringer viser dermed at det er langt mindre sannsynlig at inngrepet vil ha en slik marginaeffekt - i tillegg til de omfattende reguleringer som allerede foreligger - at det vil forsvare forholdsmessigheten av et totalforbud mot å benytte eget varemerke under EMK, uavhengig av den beskyttelse varemerket også vil ha under Grunnloven.

3. EN INNFØRING AV FORSLAGET VIL UTGJØRE ET INNGREP I YTRINGSFRIHETEN I STRID MED EMK ART. 10

3.1 Innledning

Konsekvensene av forslagens begrensninger av enhver form for kommunikasjon om produktets innhold er en ulovlig innskrenkning i kommersiell ytringsfrihet etter EMK Art. 10.

3.2 Forholdet til EMK art. 10

Det er ikke tvilsomt at et krav om standardisert forpakning vil utgjøre et inngrep i den kommersielle ytringsfrihet.

³ Se eksempelvis London Economics, An analysis of smoking prevalence in Australia, November 2013. Jf. Også informasjonen om økt tobakkskonsum etter innføringen av standardiserte forpakninger publisert i Daily Telegraph 24.03.2014 <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/australiaandthepacific/australia/10718244/Australia-tobacco-sales-increase-despite-plain-packaging.html>

For at et slikt inngrep skal være forenelig med EMK art. 10 må det være nødvendig i et demokratisk samfunn og det må følgelig være nødvendig for å nå det tilsiktede formål og det må ikke være uforholdsmessig hensett til de rettigheter som beskyttes.

Som nevnt ovenfor foreligger det allerede omfattende inngrep i den kommersielle ytringsfrihet i form av blant annet totalforbudet mot reklame og forbudet mot synlig oppstilling. I tillegg er den kommersielle ytring produsenten kan utøve på selve produktforpakningen også grepet inn i ved at 65 % av forpakningen skal inneholde advarsler.

Departementets forslag går således ut på å gjøre inngrep i de resterende 35 % av forpakningen hvis kommunikasjonsevne dessuten, på grunn av oppstillingsforbudet, er begrenset til tiden etter at kunden har foretatt kjøpet. Forholdsmessighetsvurderingen må således skje opp mot den marginaleffekt som dermed vil kunne oppnås ved et slikt inngrep.

Som nevnt ovenfor er det vår oppfatning at det ikke foreligger holdepunkter som tilsier at standardiserte forpakninger vil ha den tilsiktede effekt, langt mindre at det vil ha en slik marginaleffekt - i tillegg til de omfattende reguleringer som allerede foreligger - at det vil forsvare forholdsmessigheten av et totalforbud mot kommersielle ytringer som skjer på produktets forpakning. Et slikt inngrep vil følgelig være i strid med EMK art. 10 nr. 2.

3.3 Forholdet mellom EMK art. 10 og de foreslåtte tiltak under Tobakkskonvensjonens art. 5.3

Forslagene til implementering av tobakkskonvensjonens Art. 5.3 utgjør et forsøk på å angripe en gruppes bidrag til det demokratiske ordskiftet og den didaktiske prosess. Departementet bruker relativt mye plass til å omtale forholdet til tobakksindustrien i lys av tobakkskonvensjonens artikkel 5.3. Det hevdes at det finnes god dokumentasjon på at tobakksindustrien i årevis har forsøkt – og ofte lykkes – med å undergrave nasjonale myndigheters tiltak for å forbygge tobakksbruk.

Dette er en påstand Tobakkindustriens Felleskontor ikke kjenner seg igjen i, og vi mener det gir et forvrengt bilde av norske forhold som også gir et dårlig grunnlag for å innføre særordninger for en enkeltgruppes adgang til det offentlige meningsskiftet.

Tobakkindustriens Felleskontor har over en årrekke ført en åpen og konstruktiv dialog med norske myndigheter både på politisk og administrativt nivå. Senest i forbindelse med departementets utarbeidelse av dette høringsnotatet om nøytrale tobakksforpakninger ble vi bedt om å bistå departementet med oversettelse av tekniske begreper. Denne forespørselen ble imøtekommet fra vår side og vi registrerte ingen kritikk eller misnøye med vår opptreden.

I alle sammenhenger der norske myndigheter har etterspurt informasjon fra den norske tobakksindustrien, har dette etter vår kunnskap blitt imøtekommet. Departementet skriver i høringsnotatet at etter at den siste norske tobakksfabrikken ble nedlagt i 2008, har tobakksindustrien sånn sett blitt mindre synlig og fløyet under radaren. Vi opplever denne beskrivelsen som meget tendensiøs. At norske myndigheter og tilsynsorganer ikke har

prioritert dialog med, og oppfølging av den norske tobakksindustrien, kan vanskelig være et argument for å kritisere industrien for å fly under radaren.

I et åpent samfunn som det norske, er de demokratiske spillereglene i enhver lovgivnings- og offentlig beslutningsprosess sterkt forankret. At virksomheter, og ikke minst organisasjoner, deltar i en åpen debatt, holder møter med politikere og myndighetsorganer og presenterer sine argumenter er en demokratisk rettighet som også støtter opp under de helt grunnleggende formål ytringsfriheten skal fremme. Vi finner det påfallende at departementet legger opp til en særbehandling av tobakksindustrien i Norge all den tid det ikke synes å være dokumentert at den norske tobakksindustrien har handlet kritikkverdig.

Prinsippene som departementet skisserer knyttet til journalføring av møter, transparent informasjon og åpenhet er imidlertid helt uproblematisk for oss, og dette er vel strengt tatt prinsipper som burde gjelde for alle næringslivsaktører.

4. EN INNFØRING AV FORSLAGET VIL UTGJØRE EN HANDELSHINDRING I STRID MED EØS ART. 11 JF. ART 13.

4.1 Innledning

Departementet har stilt spørsmål ved hvorvidt forslaget er i overenstemmelse med Norges forpliktelser under EØS- og WTO- retten og har implisitt vurdert forslaget mot Norges forpliktelser under EMK. Vi er i det vesentlige uenige med departementets konklusjoner, og vil redegjøre nærmere for EØS- og WTO-retten i det følgende.

4.2 Innføring av standardiserte pakninger vil være i strid med EØS Art. 11, jf unntaket i Art. 13

Som tidligere nevnt har departementet konkludert med at standardisert innpakning er å anse som en handelshindring etter EØS Art. 11. Vi er enige i dette.

Derimot er vi ikke enige i at vilkårene for å anvende EØS Art. 13 er oppfylt.

Det er departementet som har bevisbyrden for at standardisert innpakning er effektivt og at formålene bak tiltaket ikke lar seg nå ved mindre inngripende tiltak.

Vi viser i denne forbindelse til den strenge proporsjonalitetstesten definert av EU-domstolen i C-170/04 *Rosengren* som EFTA-domstolen slutter seg til i C-421/09 *Humanplasma* §38. I førstnevnte sak fant EU-domstolen at systemet for egenimport av alkohol gjennom Systembolaget ikke oppfylte egnethetskriteriet, da det kun hadde en begrenset effekt på folkehelsen.

På samme måte tilsier erfaringene fra Australia (sitert ovenfor), at standardiserte forpakninger vil ha en svært begrenset – om noen – effekt på folkehelsen. Tilgjengelig informasjon tilsier snarere at tiltaket ikke har noen merkbar virkning og ikke påvirker folkehelsen i synlig grad.

Tiltaket er ekstremt inngripende overfor produsentene, da den siste muligheten til å gi informasjon om produktet til kundene vil forsvinne. På den annen side, er det vanskelig å se at departementet kan forklare noen sammenheng mellom standardisert innpakning og tiltakets tilsiktede formål; «å gjøre alle tobakksvarer mindre attraktive ved å begrense pakningens reklameeffekt, øke effekten av helseadvarslene, samt minimere risikoen som pakkedesign kan ha ved å gi villedende informasjon om helseskade.»⁴

Vi kan heller ikke se at mindre inngripende virkemidler, så som bevillingsordninger for salg av tobakk, skjerpet håndhevelse av aldersgrensene, mediekampanjer, undervisningsprogram i skolene og andre tiltak som går på å regulere omsetningen av produktene er blitt vurdert overhodet. Dette er alle tiltak som er velkjente for norske myndigheter og som har dokumentert effekt, både enkeltvis og samlet.

I E-9/00 *Rusbrus* §56 uttalte EFTA-domstolen at mer effektiv håndhevelse av aldersgrensene ville være et mer effektivt og mindre inngripende virkemiddel. Dette var også vurdert av EU-domstolen i C-170/04 *Rosengren*. Helt siden 2002 har SIRIUS nevnt lisensieringssystemer som et effektivt virkemiddel for å unngå at ungdom får kjøpt tobakk. Norske myndigheter har imidlertid ikke foretatt seg noe for å vurdere slike systemer som alternative virkemidler til standardforpakninger.

Denne proporsjonalitetsvurderingen skal også vurderes opp mot behovet for å bekjempe det store, ulovlige markedet for forfalsket og smugletobakk (se blant annet fortalen til det nye, ikke-implementerte tobakksdirektivets §30). Dette ulovlige markedet har stor fordel av standardiserte pakker, da slike er langt enklere å kopiere. Nye data fra Australia viser at ulovlig tobakksomsetning øker sterkt. Erfaringen fra Australia viser videre at salg av ulovlig tobakk øker konstant. Den siste KPMG's 2014 årsrapporten «Ulovlig tobakk i Australia», viser at mengden av ulovlig tobakksomsetning i Australia har økt fra 11,5 % til 14,5 % i perioden 2012-2014. Totalt tobakkskonsum i Australia var omtrent 17,5 millioner kilo i 2014, og det antas at omtrent 2,6 millioner kilo var ulovlig.⁵ Videre rapporterte British American Tobacco Australia nylig at ett av deres beste varemerker hadde blitt piratkopiert i Australia. Firmaet anslo at markedet for illegal tobakksomsetning hadde økt med 25% siden innføringen av standardiserte forpakninger, med en stor økning i omsetningen av ulovlige, fargerike varemerkepåførte pakninger.⁶

Det er etter dette vårt syn at innføring av standardisert forpakning vil utgjøre en handelshindring i strid med EØS Art. 11, jf Art. 13, da tiltaket ikke har noen merkbar effekt på

⁴ Høringsnotatet pkt. 3.7.1 s.27

⁵ KPMG "Ulovlig tobakk i Australia 2014 Årsrapport" datert 30.03.2015. Rapporten ble utført på oppdrag fra Philip Morris Limited, British American Tobacco Australia og Imperial Tobacco Australia. Tilgjengelig på: https://www.imperial-tobacco.com/files/illicit_trade_h1_2014_report.pdf

⁶ Pressemelding fra British American Tobacco Australia datert 17.02.2015. Se også rapporten fra KPMG, *Illicit Tobacco in Australia*, 2013.

folkehelsen. Videre vil tiltaket skape betraktelige negative virkninger for folkehelsen gjennom økt smugling av forfalskede tobakksprodukter. Og det foreligger flere, mindre inngripende virkemidler for å oppnå de ønskede målsetninger, som norske myndigheter ikke engang har vurdert.

5. INNFORING AV STANDARDISERTE PAKNINGER VIL VÆRE I STRID MED WTO-RETTE OG TRIPS-AVTALEN

Innføringen av standardisert innpakning i Norge, som et middel for å redusere konsumet av tobakk, reiser en rekke problemstillinger hva gjelder internasjonal handelsrett og da særlig rundt tiltakets samsvar med World Trade Organization's (WTO) Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS-avtalen).

TRIPS-avtalen pålegger WTO-medlemmer å beskytte immaterielle rettigheter. Den pålegger medlemmene å gjennomføre rettighetene i nasjonal rett, og samtidig å sørge for effektive håndhevelsesmekanismer mot brudd på rettighetene. Standardiserte pakninger forbyr bruken av symboler på pakkene og pålegger produsentene å benytte logoene i en spesiell form. Det innebærer en fastsatt font, størrelse på font, farge og plassering. Eierne av varemerkene kan følgelig ikke benytte sine varemerker som forutsatt. WTO-medlemmer kan, i enkelte begrensede tilfeller, nyttiggjøre seg fleksibiliteten i TRIPS-avtalen til å imøtekomme offentlige folkehelsebekymringer. Imidlertid kan denne fleksibiliteten ikke benyttes på en måte som går på tvers av andre TRIPS-forpliktelser. Det finnes ikke noe bevis for at restriksjoner på tobakksvaremerker vil medføre mindre røyking, og virkemiddelet kan derfor ikke forsvares.

Artikkel 2.2 i WTO-avtalen om Tekniske Barrierer for Handel (TBT), pålegger medlemmene å ikke innføre nye reguleringer som skaper unødvendige barrierer for handel. Hvorvidt virkemiddelet er nødvendig eller ikke beror på om det kan oppnå det fastsatte målet. Det finnes ikke noe bevis for at standardiserte pakninger vil nå det fastsatte målet om å beskytte folkehelsen. Hvorvidt et virkemiddel skaper en unødvendig barriere for handel, beror også på om Norge har vurdert mindre inngripende virkemidler. De fastsatte målene om å beskytte folkehelsen kan derfor bli oppnådd på alternative måter, som vil ha mindre betydning for handelen.

Forholdet mellom standardisert forpakning og WTO-retten foreligger for tiden til vurdering hos et panel oppnevnt av WTO's konfliktløsningsorgan i forbindelse med den pågående sak mellom saksøkerne og Australia. Australia har hatt standardisert forpakning i sin tobakkslovgivning siden 2012, med regler som minner om de foreslåtte endringene i norsk tobakkslovgivning. Saksøkerne hevder at reguleringen er diskriminerende og utgjør en større handelshindring enn nødvendig. Reguleringene anses også å forenkle forfalskning. En uttalelse ventes å foreligge første halvdel av 2016. I Sverige har et offentlig utvalg fått i oppdrag å utrede flere spørsmål, herunder WTO-retten, og skal etter det planlagte fremlegge en rapport innen 1. mars 2016.

I Norge mener departementet å ha utredet spørsmålet om tiltakets forhold til WTO-avtalene og har således konkludert med at

«... etter en vurdering av de relevante bestemmelsene, har departementet kommet til at forslaget ikke er i strid med WTO-retten.»

Grunnlaget for denne konklusjonen har departementet imidlertid ikke funnet det nødvendig å dele med høringsinstansene. Det er kanskje naturlig, da det er noe vanskelig å se hvordan departementet har kommet frem til dette resultatet.

6. SÆRLIG OM SNUS

Våre prinsipielle innvendinger mot nøytrale forpakninger gjelder alle varegrupper. Hva angår snus ønsker vi i tillegg å kommentere det punkt hvor departementet foreslår at

«Enkeltforpakninger for snus skal være formet som en sylindrisk boks med et enhetlig lokk og en flat bunn».

Vi tolker dette dithen at departementet mener at det såkalte lokk-i-lokk konseptet skal forbys. Dette stiller vi oss undrende til, da denne innretningen ikke kan sies å ha noen reklameeffekt.

Lokk-i-lokk konseptet er utformet med det formål at snusbrukeren skal ha et sted å legge den brukte snusen. Innretningen har således et rent hygiene- og miljøformål, og vi finner det derfor unaturlig at dette skal forbys. Vi håper at departementets forslag beror på en misforståelse og at lokk-i-lokk konseptet fremdeles vil være tillatt så lenge snusboksen er flat både over og under, selv dersom tiltaket blir innført.

Med vennlig hilsen
Tobaksindustriens Felleskontor



Fredrik Agerup
Forretningsfører

agerup@bd.no

Tlf. +47 23 23 90 60 – direkte 23 23 90 26