

Returprovisjon i norsk reiseliv – *Nettbrosjyre*



Nærings- og
fiskeridepartementet

Hva er returprovisjonsavtaler?

Vi snakker om returprovisjon i reiselivsnæringen når turistguidere gjør en avtale med butikker og serveringssteder om å sende turistgrupper dit, mot at turistguidene mottar en del av omsetningen som turistene har handlet for.

Målgruppe for brosjyren

Denne brosjyren retter seg til reiselivsbedrifter i handels- og serveringsnæringen, guider og turister som besøker Norge i grupper.

Hvorfor er brosjyren laget?

Det er avtalefrihet i Norge. Det innebærer at det i utgangspunktet er lov til å inngå avtale om returprovisjon, forutsatt at du ikke bryter norske lover og regler. Det er bedriftens og guidens ansvar å sikre at avtalen er lovlig.

Denne brosjyren gir en oversikt over noen sentrale bestemmelser som man må ta hensyn til dersom man ønsker å inngå en slik avtale.

Vi ønsker at besøkende til Norge skal få en god opplevelse når de kommer hit. Vi vil at de skal oppleve et bredt spekter av det Norge har å tilby av varer og tjenester. Og, ikke minst, at Norges omdømme som et velorganisert og pålitelig samfunn holdes ved like.



TIL BUTIKKEN

Som bedriftseier må du forholde deg til at du driver din virksomhet i et konkurranseutsatt marked. Det vil si at du ikke kan ta beslutninger eller inngå avtaler som skader eller begrenser konkurransen mellom bedriftene i din bransje. Du må heller ikke skjule måten du markedsfører dine produkter på for kundene dine. Du skal opptre ryddig og uten skjulte hensikter.



TIL GUIDEN

Som guide har du ansvar for å informere gruppen dersom du har en returprovisjonsavtale med et handels- eller serveringssted som du anbefaler å besøke. Du skal ikke utøve press som gjør at gruppen føler seg tvunget til å kjøpe varer eller tjenester hos bedrifter der du har en avtale om returprovisjon. Det kan også være at du må betale skatt av det du tjener fra din avtale om returprovisjon.



TIL DEN BESØKENDE

Som turist i Norge velger du fritt hvilke butikker og serveringssteder du ønsker å besøke, og du bestemmer selv hva du handler av varer og tjenester. Du skal ikke utsettes for press til å handle noe du ikke ønsker. Dersom din guide får returprovisjon, det vil si en andel av det du og dine medreisende handler for i butikken dere besøker, så skal du ha informasjon om dette på forhånd.

Sentrale norske regler som er relevante for avtaler om returprovisjon

Alle som driver virksomhet i Norge plikter å sette seg inn i regler som gjelder for den virksomheten man skal drive.

Overtredelse av bestemmelser i de ulike lovene kan medføre sanksjoner og straff, som for eksempel overtredelsesgebyr, bøter eller fengsel.

En avtale som er i strid med god forretningsskikk kan være ugyldig.

Avtaleloven § 36 sier:

«En avtale kan helt eller delvis settes til side eller endres for så vidt det ville virke urimelig eller være i strid med god forretningsskikk å gjøre den gjeldende. Det samme gjelder ensidig bindende disposisjoner.

Ved avgjørelsen tas hensyn ikke bare til avtalens innhold, partenes stilling og forholdene ved avtalens inngåelse, men også til senere inntrådte forhold og omstendighetene for øvrig.

Reglene i første og annet ledd gjelder tilsvarende når det ville virke urimelig å gjøre gjeldende handelsbruk eller annen kontraktrettslig sedvane.»

En avtale om returprovisjon kan være i strid med konkurranseloven dersom den har en konkurranseskadelig virkning.

Konkurranseloven § 10 første ledd sier:

«Enhver avtale mellom foretak, enhver beslutning truffet av sammenlutninger av foretak og enhver form for samordnet opptreden som har til formål eller virkning å hindre, innskrenke eller vri konkurransen, er forbudt, særlig slike som består i

- a) å fastsette på direkte eller indirekte måte innkjøps- eller utsalgspriser eller andre forretningsvilkår,
- b) å begrense eller kontrollere produksjon, avsetning, teknisk utvikling eller investeringer,
- c) å dele opp markeder eller forsyningskilder,
- d) å anvende overfor handelspartnere ulike vilkår for likeverdige ytelser og derved stille dem ugunstigere i konkurransen,
- e) å gjøre inngåelsen av kontrakter avhengig av at medkontrahentene godtar tilleggsytelser som etter sin art eller etter vanlig forretningspraksis ikke har noen sammenheng med kontraktsgjenstanden.»

Konkurranseloven § 11 sier:

«Et eller flere foretaks utilbørlige utnyttelse av sin dominerende stilling er forbudt.

Slik utilbørlig utnyttelse kan særlig bestå i

- a) å påtvinge, direkte eller indirekte, urimelige innkjøps- eller utsalgspriser eller andre urimelige forretningsvilkår,
- b) å begrense produksjon, avsetning eller teknisk utvikling til skade for forbrukerne,
- c) å anvende overfor handelspartnere ulike vilkår for likeverdige ytelser og derved stille dem ugunstigere i konkurransen,
- d) å gjøre inngåelsen av kontrakter avhengig av at medkontrahentene godtar tilleggsytelser som etter sin art eller etter vanlig forretningspraksis ikke har noen sammenheng med kontraktsgjenstanden.»

En avtale om returprovisjon må ikke være i strid med forbudet mot urimelig handelspraksis i markedsføringsloven.

Markedsføringsloven § 3 sier at «Markedsføring skal utformes og presenteres slik at den tydelig framstår som markedsføring». Dette innebærer et forbud mot skjult reklame. Dersom det for eksempel ikke gis opplysninger om at det foreligger en avtale om returprovisjon mellom guiden og butikken, kan det utgjøre et brudd på forbudet mot skjult reklame.

Markedsføringsloven § 6 sier at urimelig handelspraksis er forbudt. Og annet ledd utdyper hva urimelig handelspraksis kan være slik:

«En handelspraksis er urimelig dersom den strider mot god forretningskikk overfor forbrukere og er egnet til vesentlig å endre forbrukernes økonomiske atferd slik at de treffer beslutninger de ellers ikke ville ha truffet.»

Tredje ledd sier at en handelspraksis alltid er urimelig dersom den er villedende etter § 7 eller § 8, eller aggressiv etter § 9.

Markedsføringsloven § 9 første ledd sier at

«En handelspraksis er aggressiv dersom den, i sin konkrete sammenheng og etter en helhetsvurdering, ved trakassering, tvang, herunder bruk av fysisk makt, eller utilbørlig påvirkning er egnet til vesentlig å begrense forbrukernes valgmuligheter eller atferd i forbindelse med en ytelse. Med utilbørlig påvirkning menes utnyttning av en maktposisjon i forhold til forbrukere for å utøve press, også når det ikke trues med eller brukes fysisk makt, på en måte som vesentlig reduserer forbrukernes evne til å treffe en informert beslutning.»

Dette betyr for eksempel at en turistguide ikke kan opptre på en måte som gjør at turisten ikke føler at hun kan velge spisested selv.

Markedsføringsloven § 48 første ledd sier:

«Den som vesentlig overtrer § 6 fjerde ledd jf. første ledd, forskrift gitt i medhold av § 6 femte ledd, § 11, § 12, § 13, § 15, § 16 a første ledd bokstav a, jf. § 12 og § 13, § 20 annet ledd, § 26, § 27, § 28, § 29 eller § 30, straffes med bøter, fengsel inntil 6 måneder eller begge deler dersom ikke strengere straffebestemmelse kommer til anvendelse.»

En avtale om returprovisjon kan i ytterste konsekvens omfattes av korrupsjonsbestemmelsen i straffeloven.

Straffeloven § 387 første sier følgende:

«Med bot eller fengsel inntil 3 år straffes den som

- a) for seg eller andre krever, mottar eller aksepterer et tilbud om en utilbørlig fordel i anledning av utøvelsen av stilling, verv eller utføringen av oppdrag, eller*
- b) gir eller tilbyr noen en utilbørlig fordel i anledning av utøvelsen av stilling, verv eller utføringen av oppdrag.»*

Det sentrale i vurderingen er av hva som anses for å være utilbørlig. Ved vurderingen av hva som er utilbørlig vil en rekke momenter kunne være relevante, slik som formålet med ytelsen, ytelsens art og verdi, hvilken grad av åpenhet som foreligger, hvilket regelsett som eksisterer i bedriften eller bransjen og hvilken posisjon henholdsvis giver og mottaker til ytelsen har.

En avtale om returprovisjon kan i visse tilfeller innebære at guiden må skatte av provisjonen til Norge.

For nærmere informasjon se www.skatteetaten.no

Utgitt av:
Nærings- og fiskeridepartementet