



Finansdepartementet
Postboks 8008 Dep
0030 Oslo

Postmottak@fin.dep.no

Vår dato 15.05.08
Deres dato 15.02.08
Vår referanse 128392
Deres referanse 06/6207 FM

Høring: Finansinstitusjoners navnebruk

Innledning

Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) mener generelt at det må foreligge særlige grunner for å innskrenke næringsdrivendes mulighet til selv å velge hvordan de ønsker å markedsføre sine varer og tjenester.

Etter vår vurdering er det ikke tilstrekkelig dokumentert at det foreligger slike særlige grunner når det gjelder finansinstitusjoners navnebruk. Vi mener derfor at departementet ikke bør følge opp utkastet i høringsnotatet.

Finansinstitusjoners yting av elektroniske tjenester og markedsføring vil ventelig øke i fremtiden, herunder vil utenlandske institusjoner fortsette å drive grensekryssende virksomhet inn i Norge. Kundene – både forbrukere og andre – vil måtte forholde seg til andre produktsammensetninger og -markedsføring enn det vi har vært vant til. Etter vår vurdering er det viktig at finansnæringen selv, og offentlige myndigheter, sørger for å informere kundene, slik at de blir i stand til på egen hånd å vurdere både tjenestene og tilbyderne. Vi viser til EU-kommisjonens meddelelse 18. desember 2007, der opplæring og kunnskap er i fokus. På de aller fleste områder er forbrukere og andre etterspørrere vant til at varer og tjenester markedsføres under andre navn enn tilbyderens foretaksnavn. Den reguleringen det nå er laget utkast til vil etter vår oppfatning kunne bidra til å skape en overdreven (og ubegrunnet) tro på at finansinstitusjoners bruk av navn har noen stor betydning for konkurransen på finansmarkedet.

Departementet har ikke foreslått ikrafttredelsesregler eller overgangsregler. Innfører man disse reglene med virkning for gjeldende navnebruk, må flere finansinstitusjoner oppgi forretningskjennetegn som åpenbart er av stor verdi. I tillegg vil det påløpe kostnader til å endre eksisterende kundeforhold.

Departementets utkast vil innebære at verdien av en finansinstitusjon vil være ulik, avhengig av om den kjøpte institusjonens navn kan benyttes etter et oppkjøp. Skjer overtagelsen ved fusjon – som mellom DnB NOR Bank og Postbanken – vil den overdragende banken opphøre som juridisk person, og verdien blir dermed lavere enn i oppkjøpstilfellene – som

DnB NORs kjøp av Nordlandsbanken. Regler om navnebruk bør etter vår mening ikke få slik betydning for strukturelle løsninger for institusjoner i finansmarkedet.

I høringsbrevet legger departementet (og Kredittilsynet) til grunn at finansinstitusjoners navnebruk er "villedende". Tilsynelatende er dette basert på at kundene villedes til "å tro at de forholder seg til en annen institusjon enn det de egentlig gjør". Det ser ikke ut til å være dokumentert på noen måte at dette utgjør noe problem for kundene eller for konkurranseforholdene.

Nedenfor kommenterer vi de enkelte punktene i høringsnotatet nærmere, med referanser til punktene i notatet.

2.1 Hensyn til konkurransen

Kredittilsynet peker på at finansmarkedet er preget av en rekke kompliserte produkter. Det kan nok være riktig, men da vil det nærliggende være å regulere innholdet i og/eller markedsføringen av disse produktene, og ikke navnene på (noen av) de som tilbyr og markedsfører produktene.

Videre peker Kredittilsynet på at "bruk av produktnavn og firmanavn om hverandre" bidrar til tilsløring av reelle konkurranseforhold. Synspunktet er verken dokumentert eller begrunnet, og det er ikke forklart hvordan eksklusiv bruk av "bank" og "forsikring" i foretaksnavnsammenheng skal gjøre det enklere for forbrukere "å orientere seg i finansmarkedet" på en måte som har noen betydning for konkurransen. Departementets utkast til regulering bidrar ikke til å klargjøre skillet mellom bruk av foretaksnavn eller sekundært forretningskjennetegn på den ene siden og bruk av produktnavn (varemerkebruk) på den andre siden.

Argumentet fra Kredittilsynet er ikke holdbart der de ulike bankene (innen samme foretak) ikke opererer i samme marked, for eksempel en EØS-bank som utelukkende driver virksomhet i Norge gjennom en filial her.

Om det er viktig at kundene er opplyst om hva slags institusjon man har med å gjøre, er det lite konsistent at banker som er omdannet fra sparebanker, fortsatt kan kalle seg "sparebank".

2.2 Uklarhet om sikringsordningen

Punktet gjelder bare for banker. At Kredittilsynet mottar "en rekke henvendelser" fra kunder, er ikke tilstrekkelig til å regulere navnebruken i forskrift. Blant annet er det ikke oppgitt noen statistikk for de spørsmål som er aktuelle for å regulere i forskrift. For eksempel er det nærliggende å tro at noen av spørsmålene gjelder sikkerhet for innskudd i banker som ikke er norske. I brevet 25. april 2007 viser da Kredittilsynet også at nevnte henvendelser "kan indikere" at det er forvirring. Dette kan ikke brukes som grunnlag for såpass inngripende lovgivning.

Banksikringsloven krever at bankforetak skal gi kundene beskjed om sikringsordningene. Bankforetak i samme konsern vil ha et eget incitament til å gi slik informasjon, siden det er positivt for konsernets kunder. Et alternativ til regler om navnebruk kunne være å styrke informasjon til kunder (med store innskudd) i banker i samme konsern, slik at de blir kjent med at sikringsordningen er mer begrenset enn om kundene hadde hatt konto i ulike bankforetak.

2.3 Hensynet til taushetsplikt

Det kan ikke være riktig å hevde, slik det gjøres i høringsnotatet, at bankene/forsikringselskapene "tilslører" hvem som sitter på hvilken informasjon om kundene.

Hvis myndighetene oppfatter at forholdene rundt taushetsplikten er et reelt problem, er dette alvorlig, og bør da forsøkes løst på annen måte enn gjennom regler om finansinstitusjoners navnebruk. Uansett kan den utfordringen som er nevnt i punkt 2.3 løses ved å pålegge plikt til å gi informasjon om hvem som har tilgang til opplysningene som er registrert om en kunde. Personopplysningslovgivningen er det relevante regelverket å se på i denne sammenheng.

Hvis det eneste praktiske eksempelet på problemer knyttet til taushetsplikten, er en vanskeliggjøring av kundenes forhandlingsposisjon, er dette etter vår oppfatning et problem som verken alene eller sammen med de andre argumentene, kan begrunne regler om navnebruk. Dessuten vil verken kundenes forhandlingsposisjon eller antall tilbydere endres som følge av at bankforetak bare kan bruke ett navn. Det er jo ikke slik at en kunde i Postbanken får noen enklere forhandlingssituasjon om hun i stedet må forholde seg til en institusjon som bærer foretaksnavnet DnB NOR Bank.

3 Gjeldende rett

Mens sparebankene er pliktige til å bruke "sparebank", har forretningsbankene enerett til å bruke bank (med unntak for forretningsbanker som er omdannede sparebanker). At banker unnlater å benytte seg av muligheten til å bruke "bank", er vi ikke kjent med.

Markedsføringsloven fastsetter at markedsføring ikke skal være villedende. Loven gjelder generelt for næringsdrivendes markedsføring, også innen finansbransjen. Det finnes ulike klageorgan som forbrukerne kan henvende seg til om de mener markedsføring er villedende.

Bankklagenemnda og Forsikringsklagekontoret har behandlet flere tusen saker innenfor de sektorene utkastet gjelder. Vi er ikke kjent med at de problemstillingene departementet behandler i høringsnotatet, har vært oppe i noen av disse instansene. Dette kan indikere at de henvendelsene Kredittilsynet har mottatt, jf. høringsnotatet punkt 2.2, ikke illustrerer at navnebruken utgjør noe problem.

4 Utkast til regler om navnebruk

Som nevnt er det allerede bestemt i lovgivningen at foretaksnavn må benyttes i en rekke sammenhenger. Det er også uklart hva man sikter til med "i sin virksomhet". Vil det si at det ikke i noen sammenhenger er mulig å bruke merkenavnet? Skal et EØS-forsikringselskap med filial i Norge måtte kalle seg for eksempel "NN Skadeforsikring norsk avdeling av utenlandsk foretak" eller må det heller bruke hovedforetakets navn (jf. foretaksregisterloven § 3-8 første ledd nr. 1) i all markedsføring? Eller "YY Europe Group Limited"?

Vi tror ikke forvirringen blir mindre blant kundene om en virksomhetsbetegnelse må brukes som tillegg til foretaksnavnet.

"Forsikring" er i større grad enn "bank" navnet på tjenester og produkter enn på institusjonen. Den begrensningen som er foreslått i finansieringsvirksomhetsloven § 2-4

annet ledd passer derfor dårlig; skal for eksempel en "barneforsikring" ikke kunne markedsføres på annen måte enn som et tillegg til foretaksnavnet?

Annet

Bruk av sekundære forretningskjennetegn er ikke særegent for finansnæringen. Slik bruk er legitim og klart hjemlet i foretaksnavnloven § 1-1. NHO mener at unntak fra normalløsninger som gjøres gjeldende for en bransje må være begrunnet i særlige hensyn innen denne bransjen. NHO mener at de hensyn departementet anfører ikke er tilstrekkelig fundamentert og derfor ikke kan begrunne en innskrenket rett for finansnæringen til å bruke sekundære forretningskjennetegn.

Om departementet likevel skulle komme til at utkastet skal settes frem som forslag, bør det ikke omfatte kjennetegn som allerede er i bruk.

NHO kan for øvrig ikke se at utredningsinstruksen punkt 2.3.1 er overholdt. Videre savner vi en redegjørelse for hvordan utkastet passer inn i reguleringer som er under forberedelse i EU, herunder om det er snakk om en særnorsk regulering.

Vennlig hilsen
NÆRINGSBLIVETS HOVEDORGANISASJON
Næringsjuridisk avdeling

Ingebjørg Harto
Avdelingsdirektør

Anna E. Nordbø
Advokat