



Arbeids- og sosialdepartementet
Postboks 8019 Dep
0030 Oslo

Deres ref:
200503762-/KHL

Vår ref:
01/00214

Direkte innvalg:
22015011

Dato:
22. desember 2005

Høring - forslag om endringer i innkjøpsforskriften mv.

Innledning

Vi viser til departementets brev av 3. november 2005 med forslag til endringer i forskrift 30. november 1995 nr 938 om A/S Vinmonopolets innkjøpsvirksomhet m.v. (innkjøpsforskriften) og forskrift 16. januar 1996 nr. 24 om nemnd for prøving av A/S Vinmonopolets beslutninger om innkjøp m.v. (nemndsforskriften).

Som departementet viste til i høringsbrevet, har det pågått et omfattende og langvarig samarbeid med Vinmonopolet og leverandørsiden ved Vin- og brennevinleverandørenes forening om en revidert innkjøpsforskrift. Vinmonopolets syn på behovet for endringer, og på hvilke endringer som bør gjøres i dagens regelverk er tidligere tilkjennegjort og gjengitt i departementets høringsnotat, og vil som hovedregel ikke bli gjentatt i vårt høringssvar. Vi er tilfreds med at departementet på mange punkter har fulgt de anbefalinger Vinmonopolet har fremlagt, samtidig som vi har forståelse for at man på noen områder har vektlagt de ulike hensyn på en annen måte.

I det følgende vil vi kommentere enkelte av departementets forslag til endringer i innkjøpsforskriften. Detaljene rundt en gjennomføring av de ulike forslagene i praksis er under intern planlegging, og er på mange punkter avhengig av den endelige forskriften. Vi har derfor bare i begrenset utstrekning merknader til de forslagene som nå er lagt frem.

Gjennomføringen av de endringer som foreslås i departementets høringsnotat krever korresponderende endringer i Vinmonopolets innkjøpsregelverk og generelle innkjøpsbetingelser. Forskriftendringene kan derfor ikke tre i kraft umiddelbart etter departementets vedtak. Vi regner imidlertid med at den etterfølgende prosessen i Vinmonopolet kan gjennomføres slik at endringene kan tre i kraft fra 1. mai 2006. Som vi vil komme tilbake til, vil endringer i testutvalgsordningen og overgangen til styringstall måtte innføres gradvis etter ikrafttredelsestidspunktet.

2 Basis- og bestillingsutvalget

2.3.1 Inngang til basisutvalget – overføring fra bestillingsutvalget

Vi slutter oss til departementets forslag til endring av innkjøpsforskriften § 3-3 slik at Vinmonopolet gis adgang til å foreta innkjøp uten innhenting av konkurrerende tilbud av et produkt som på grunnlag av oppnådd salg i bestillingsutvalget (BU) kvalifiserer til listeføring i basisutvalget. På dette området samsvarer departementets vurderinger og endringsforslag med de vurderinger Vinmonopolet selv har gjort om praktisk gjennomføring av en slik overføringsadgang.

Vi har merket oss departementets oppfatning om at overføringsadgangen fra bestillingsutvalget bør influere antallet lanseringer fra testutvalget heller enn antallet lanseringer av produkter innkjøpt av Vinmonopolet etter tilbudskonkurranse. Etter

VINMONOPOLET



Vinmonopolets oppfatning er det av vesentlig betydning å sikre fleksibilitet i forvaltningen av de ulike inngangsportene til basisutvalget, særlig med tanke på at man sannsynligvis vil se en utvikling over tid. Det gjør det lite hensiktsmessig å detaljregulere et forholdstall i innkjøpsforskriften.

Produktene i bestillingsutvalget skal etter så vel departementets som Vinmonopolets oppfatning konkurrere med produktene i basisutvalget på like vilkår. Det krever for det første at bestillingsutvalget inndeles i tilsvarende produktgrupper og prissegmenter som basisutvalget. Dette er uproblematisk. Vinmonopolet vil designe et nytt rapporteringssystem for data fra bestillingsutvalget, og denne rapporten vil bli samkjørt med salgsrapportene for basis- og testutvalgene som grunnlag for rangering av produktene i forhold til styringstillene.

For det andre reiser forutsetningen om konkurranse på like vilkår spørsmål om hvilket målegrunnlag som skal anvendes for produktene i bestillingsutvalget. I dag finnes ingen administrative bestemmelser om dette, i motsetning til for basisutvalget og testutvalget, som i henhold til innkjøpsreglementet måles på grunnlag av salget i Vinmonopolets fullsortimentsbutikker.

Vinmonopolet, og etter det vi kan se også departementet, legger til grunn at overføringsadgangen fra bestillingsutvalget skal treffe produkter som allerede har et så betydelig salg at de gjenspeiler en kundeetterspørsel som bør dekkes gjennom basisutvalget. Hensikten er dermed ikke å innføre en *generell* konkurransesituasjon mellom produktene i basisutvalget og bestillingsutvalget, jf. målsetningen om at inngangsportale til basisutvalget fortsatt hovedsakelig skal være innkjøp etter tilbudskonkurranse samt testlanseringer. Dette får også betydning for hvilken metode som skal benyttes for å måle salgsvolumet for produktene i bestillingsutvalget. Fastsettelsen av målegrunnlaget for produktene i bestillingsutvalget skal dermed etter vårt syn ikke ta sikte på å utjevne forskjeller i salgsvolum som følge av ulikheter i butikkdistribusjon.

Det synes derfor enkelt, rettferdig og oversiktlig å benytte samme målegrunnlag for produktene i BU som i basis, men Vinmonopolet har ikke tatt stilling til dette spørsmålet ennå. Vi antar at representanter for bransjen vil kunne fremme synspunkter også på dette i sine høringssvar, og vi vil arbeide videre med disse spørsmålene i tiden frem mot en ikrafttredelse av ordningen. Det samme gjelder spørsmålet om overføringsfrekvens.

2.3.2 *Utgang fra basisutvalget - styringstall*

Det er meget viktig for Vinmonopolet at departementet, i tråd med vårt forslag, går inn for å endre innkjøpsforskriften § 2-2 annet ledd slik at det fastslås at det i hver produktgruppe skal fastsettes et maksimum antall produkter, og at produktgruppene skal bestå av de mestselgende produktene på landsbasis i en nærmere bestemt periode. Denne ordningen vil gi Vinmonopolet et helt annet grunnlag for planlegging og styring av sortimentet, og sammen med forbedring av inndelingen i produktgrupper og prissegmenter gi de ulike produktene mer korrekte og relevante konkurransevilkår.

Som følge av at alle produkter fra de ulike produktutvalgene etter forslaget skal kunne konkurrere på like vilkår om plassene i basisutvalget, vil ordningen med styringstall også danne fundamentet for å strømlinjeforme inngangs- og utgangsfrekvensen for produktene i basisutvalget. Måleperiodens lengde og strykningsfrekvensen under derfor også under vurdering, og grossistene vil bli varslet om mulige endringer i god tid før gjennomføringen.

En ikrafttredelse av forskriftsendringene 1. mai 2006 sammenfaller med gjeldende strykningsfrekvens og utløpet av måleperioden 1. mai 2005 – 30. april 2006. Det synes derfor så langt naturlig å foreta en innledende ordinær strykning basert på de eksisterende

VINMONOPOLET



volumkrav og utløpt måleperiode før produktene formelt tilordnes nye produktgrupper og systemet med styringstall, men slike overgangsbestemmelser vil vi komme tilbake til.

2.3.3 Spørsmål om forskriftsfesting av strykningsregler for bestillingsutvalget

Det synes å være en generell forståelse for Vinmonopolets ønske om å iverksette tiltak for å gjøre administrasjonen av bestillingsutvalget mer håndterbar. Bestillingsutvalget er allerede betydelig større enn markedet har behov for. Men som departementet peker på, kan en ordning med strykningsgrenser anses å komme i konflikt med formålet med ordningen. Vi tar derfor til etterretning at departementet i stedet foreslår å gi Vinmonopolet hjemmel til å kreve et påmeldingsgebyr som dekker kostnadene forbundet med lansering av produktet i prislisen for bestillingsutvalget.

Det ligger i forslaget at gebyret skal forholde seg strengt til de reelle kostnadene forbundet med forvaltningen av bestillingsutvalget, og at det skal være et *påmeldingsgebyr*. Et påmeldingsgebyr er etter vår vurdering et engangsgebyr, som bør være likt uansett lanseringstidspunkt og tilgjengelig kvantum.

Et påmeldingsgebyr til dekning av faktiske utgifter til administrering av ordningen vil sannsynligvis ikke virke hemmende på tilfanget av nye produkter til bestillingsutvalget. Gebyret har derfor sin begrunnelse først og fremst i at grossistene rimeligvis bør bidra til å dekke kostnadene ved å forvalte et produktvalg av slike dimensjoner som bestillingsutvalget etter hvert har fått. Vinmonopolet har vært inne på tanken om et påmeldingsgebyr for lansering i bestillingsutvalget tidligere, samtidig som vi ser en del utfordringer forbundet med å få en slik gebyrordning til å fungere effektivt for alle parter.

Den kanskje største utgiftsposten for Vinmonopolet knytter seg til løpende vedlikehold, oppdatering og trykking av 6 prislister for bestillingsutvalget årlig. Et påmeldingsgebyr som bare gjøres gjeldende ved første gangs påmelding av et produkt fanger dermed ikke opp de reelle administrasjonskostnadene for dagens bestillingsutvalg – som nå omfatter ca. 7000 produkter. For å oppnå hensikten med å ilegge et gebyr, burde det i realiteten vært todelt: en årlig avgift til dekning av kostnadene forbundet med oppdatering og trykking av prislisene, hvilket anslagsvis er ca. 500 – 700 kroner per produkt, og et påmeldingsgebyr for nye produkter som dekker selve registreringskostnadene. Dersom ordningen gjennomføres som et rent påmeldingsgebyr i henhold til forslaget til nytt § 6-1 annet ledd i innkjøpsforskriften, vil det være naturlig å trekke inn et beløp til dekning også av trykkeri/forvaltningskostnader det første året.

Til sammen burde påmeldingsgebyr + årlig avgift etter det vi kan se ikke overstige 1500 kroner for et nytt produkt som meldes på til bestillingsutvalget, men vi avventer resultatet av høringen før vi ev. går videre med å se på detaljene i hvordan en gebyrordning for produkter i bestillingsutvalget kan tilrettelegges.

2.3.4 Akkreditering av sensorisk prøveinstans

Som opplyst i departementets høringsnotat har Vinmonopolet allerede besluttet å akkreditere sensorisk prøveinstans. Arbeidet skal etter planen fullføres i løpet av 2007.

3 Innkjøpsprosedyrer for basis- og partiutvalg

3.2.1 Direktekjøp av spesielle produkter

Dagens situasjon tatt i betraktning har det vært nødvendig for Vinmonopolet å få synspunkter på innholdet i kravene til konkurranse og likebehandling, og adgangen til å foreta direktekjøp av visse produkter innenfor dagens forskriftsbestemmelser, eller ev. med en endring av ordlyden. Vi tar til etterretning at departementet ser det slik at det er av stor

VINMONOPOLET



betydning for innkjøpssystemets legitimitet at det i minst mulig grad overlates til Vinmonopolets skjønn alene å bestemme hvilke produkter som skal kjøpes inn. På denne bakgrunn tar vi også til etterretning at departementet ikke vil foreslå å forskriftsfeste regler som gjør det klart at Vinmonopolet har adgang til å foreta et begrenset antall direktekjøp av produkter som etterspørres ut fra andre kriterier enn rene sensoriske kvaliteter.

3.2.2 Gjenkjøp av produkter til partiutvalget

Vinmonopolet har ingen merknader til departementets forslag til endring av innkjøpsforskriften § 2-2 fjerde ledd om at et nytt parti av en partivare kan kjøpes inn innen 6 måneder etter første innkjøp.

4 Tilleggsutvalget

4.2.1 Forskriftsfesting av adgang til å lagerføre produkter fra bestillingsutvalget i lokale tilleggsutvalg

Vinmonopolet slutter seg til departementets forslag om endring av innkjøpsforskriften § 4-1 annet ledd første punktum, slik at bestemmelsen i samsvar med dagens praksis fastslår at produkter til det enkelte lokale tilleggsutvalg enten kan velges fra Vinmonopolets liste for produkter til tilleggsutvalg eller fra bestillingsutvalget.

I den forbindelse gjør vi oppmerksom på at det også er behov for en opprydding i forholdet mellom dagens praksis og § 4-1 første ledd annet punktum, som fastslår at tilleggsutvalget skal bestå av produkter som *ikke* er representert i basis- og partiutvalget. Vi foreslår å oppheve bestemmelsen, fordi den er i utakt med den kategorisering av butikkene og sortimentet som ble innført 1. mai 2000 for å forbedre kommunikasjonen med publikum og gi forutsigbarhet i distribusjonen for grossistene.

Hovedtrekkene i omleggingen var at butikkene ble delt i kategoriene Grunnsortiment, Hovedsortiment og Fullsortiment (som fører alle produkter i basisutvalget). Samtidig med den nye kategoriseringen ble det bestemt at bestillingsprislisten også skal inneholde produktene fra basisutvalget som ikke finnes i standardlisten for Grunnsortimentsbutikkene (de minste butikkene). Dermed finnes altså produkter fra Hoved- og Fullsortimentet i basisutvalget i bestillingslisten, og kan bestilles til lokalt utvalg i henhold til lokal etterspørsel i tillegg til produktene fra bestillings- og tilleggsutvalget. Denne friheten for butikkene til å velge blant alle produktene i sortimentet ved behov er i samsvar med bestemmelsen i innkjøpsforskriftens § 2-2 første ledd om at vareutvalget i de enkelte utvalg skal tilpasses etterspørselen i utvalgenes salgsområder.

4.2.2 Språklige endringer

Vinmonopolet slutter seg også til departementets forslag til språklige endringer og redigering av §§ 4-1 og 4-2. Vi benytter samtidig anledningen til å reise spørsmål om behovet for gjeldende bestemmelse i § 4-1 første ledd tredje punktum, der det heter at hvert utvalg *skal ha prisliste over eget tilleggsutvalg*. Bestemmelsen kan forstås som et krav om at alle butikkene skal ha egne prislister over lokalt utvalg på trykt papir, selv om den ikke inneholder et faktisk formkrav. Etter Vinmonopolets oppfatning bør forskriften på dette punktet ikke inneholde bestemmelser som reiser tvil om adgangen til modernisering, såfremt hensynet til nødvendig informasjon om hvilke produkter som er tilgjengelig i butikkene ivaretas.

I dag har alle butikkene egne, trykte prislister over lokalt utvalg, men dette er ikke nødvendigvis en praktisk løsning på lengre sikt. Vinmonopolets prislisterproduksjon har et stort omfang, og det vil være ønskelig å vurdere om kundenes behov for informasjon om de ulike butikkens totale produktutvalg (herunder også hensynet til grossistene hvis produkter er representert) kan ivaretas gjennom annen inndeling av prislister eller via andre informasjonspunkter i butikkene. Prislisten for lokalt utvalg har også tapt noe av sin

VINMONOPOLET



betydning som følge av at hele produktutvalget er å finne i de selvbetjente hyllene. Vinmonopolets eget interne behov for registrering og kontroll med ordningen med lokale tilleggsutvalg ivaretas uavhengig av prislisterproduksjonen.

Butikkene og leverandørene har her samme interesse i at utvalget er kjent for kundene, og bestemmelsen kan etter vårt syn oppheves, ev. endres slik at *"hvert utsalg skal ha tilgjengelig informasjon om eget tilleggsutvalg"*.

4 Testutvalget

Vinmonopolet konstaterer at det er samsvar mellom departementets forslag til endringer i innkjøpsforskriftens kap. 5 om testutvalget og våre egne vurderinger av hvordan omleggingen av ordningen bør gjøres. Vi har merket oss, og deler, departementets syn på at testutvalget skal tilstrebes holdt på tilsvarende nivå som i dag.

Gjennomføringen av omleggingen til ny testutvalgsordning i henhold til de skisserte løsningene vil ta noe tid. Det faktum at grossistene av praktiske grunner trenger lanseringsvarsel minst 4 og helst 6 måneder i forveien, innebærer at overgangsordningen ikke er gjennomførbar allerede fra ikrafttreddelsen. Dette betyr at det i en periode må kjøres 2 testløp: 1) Testprodukter som er i testperiode ved ikrafttreddelsen eller som lanseres etter ikrafttreddelsen men i henhold til invitasjon ("rettighet") etter dagens testordning, og 2) testprodukter i (forutsetningsvis) ettårig overgangsordning.

Etter ikrafttreddelsen av nye forskriftsbestemmelser må det fastsatte volumkravet for testprodukter som er i omløp konverteres til styringstillene. Vinmonopolet vil varsle de aktuelle grossistene om dette på egnet måte når de ulike gjennomføringstidspunktene er nærmere klarlagt.

Som følge av den nødvendige varslingstiden er invitasjon til testlansering i mai 2006 sendt ut, og testperioden for denne puljen vil utløpe 30. oktober 2006. Første mulige tidspunkt for iverksetting av overgangsordningen er således i juli 2006, forutsatt at de nødvendige endringer i regelverket vedtas tidnok til å forberede overgangslanseringene. I motsatt fall vil også testpuljen i juli 2006 måtte kjøres etter eksisterende ordning. Vinmonopolet vil vurdere situasjonen fortløpende, og antar at overgangsordningen i hvert fall kan iverksettes fra 1. september 2006. Vi regner med at en del grossister vil ha synspunkter blant annet på overgangsordningen, og avventer resultatet av høringsrunden før det kan tas endelig stilling til hvordan produktene i overgangsordningen bør velges.

Vi legger til grunn at det ikke er rimelig å pålegge gebyr for produkter i overgangsordningen. Men *etter* at fordelingen i overgangsordningen er foretatt, stiller alle grossister likt, og inviteres til å melde produkter på. Gebyret kan imidlertid av praktiske grunner ikke forfalle til betaling før fordelingen er foretatt og det dermed er klart hvor mange produkter hver enkelt grossist får lansere.

Dersom overgangsordningen kan settes i verk fra 1. juli 2006, vil første ordinære testlansering etter ny ordning bli i juli 2007. Invitasjon til påmelding av produkter til ny testordning kan sendes ut straks etter ikrafttreddelsen, og påmeldingene samles gjennom året for fordeling på nyåret 2007.

Det er per i dag noe usikkert hvor stor pågangen fra grossistene blir, og det er derfor også usikkert om jevnlig regulering av forholdet mellom antallet grossister/produkter per grossist gir god nok forutsigbarhet i planleggingen. Det kan vise seg mest hensiktsmessig å sette

VINMONOPOLET



skjæringstidspunkter for periodisk eller årlig fordeling av antallet lanseringer per grossist. Vi vurderer det imidlertid slik at den foreslåtte ordlyden i innkjøpsforskriften § 5-2 annet ledd dekker ulike alternativer, og foreslår derfor ingen endringer.

6 Nekting av produkter av alkoholpolitiske grunner

Vi tar til etterretning at departementet foreslår § 10-1 endret slik at *Vinmonopolet* kan unnlate å ta et produkt inn i produktutvalget eller unnlate å kjøpe inn et produkt dersom tungtveiende alkoholpolitiske grunner tilsier det.

Som bestemmelsens ordlyd gjenspeiler, skal det *tungtveiende* alkoholpolitiske grunner til for å nekte et produkt tilgang til Vinmonopolets produktutvalg. Bestemmelsen har til nå gitt grunnlag for vurdering av noen svært få produkter, men uten at man hittil har funnet det aktuelt å anvende den som hjemmel for å nekte omsetning. Vi er likevel av den prinsipale oppfatning at en adgang til å nekte salg av produkter av tungtveiende alkoholpolitiske årsaker har en naturlig plass i et monopolsystem som er tuffet på ønsket om å begrense de samfunnsmessige og individuelle skadene alkoholbruk medfører.

7 Nemndsforskriften – offentliggjøring av nemndas avgjørelser

Departementet foreslår en bestemmelse i ny § 6a i nemndsforskriften om at nemndas avgjørelser skal være offentlige og at de skal publiseres på egnet måte. I praksis tenker departementet seg at avgjørelsene kan legges ut på Vinmonopolets nettsider.

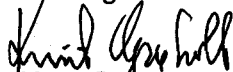
Vinmonopolet ser behovet for en enkel og effektiv publiseringsmåte for nemndas avgjørelser, og at våre nettsider i så måte er det naturlige redskapet. Vi kan videre slutte oss til departementets oppfatning om at forslaget om publisering på Vinmonopolets nettsider ikke antas å ville få vesentlige praktiske eller økonomiske konsekvenser. Fremgangsmåten for publiseringen av nemndas avgjørelser kan imidlertid reise problemstillinger vedrørende opplysninger som anses omfattet av adgangen til å unnta dokumenter fra offentlighet med hjemmel i lov.

I forbindelse med publiseringen av avgjørelsene må Vinmonopolet vurdere om avgjørelsene inneholder opplysninger som er undergitt taushetsplikt i lov eller i medhold av lov og derfor er unntatt fra offentlighet, jf offentlighetsloven § 5a og forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2 om opplysninger om tekniske innretninger og fremgangsmåter samt drifts- eller forretningsforhold som det vil være av konkurransemessig betydning å hemmeligholde.

Offentliggjøring av nemndas avgjørelser vil for vår del som part i sakene være uproblematisk. Vi legger som hovedregel til grunn at det samme vil gjelde for grossister som benytter seg av klageadgangen, men at det kan etableres rutiner for avklaring av partenes synspunkter på spørsmålet om offentliggjøring av ulike opplysninger som ledd i saksforberedelsen for nemnda.

Vinmonopolet har ikke øvrige merknader til departementets høringsnotat.

Vennlig hilsen


Knut Grøholt
Adm. direktør

VINMONOPOLET