



Mottaker
Nærings- og fiskeridepartementet
Postboks 8090 Dep
0032 OSLO

Deres ref.: 25/3373-1

Vår ref.: 2025/0292-2

Saksbehandler: Beate Milford Berrefjord

Saksansvarlig: Beate Milford Berrefjord

Dato: 22.08.2025

Høringsuttalelse - forslag til endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden (presiseringer i god handelsskikk-standarden mv.)

1 Innledning

- (1) Regjeringen la 19. mai 2025 frem ulike tiltak for å bedre konkurransen i det norske dagligvaremarkedet. Ett av tiltakene var en gjennomgang av lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden (heretter "lov om god handelsskikk"). Lov om god handelsskikk regulerer primært rammene for forhandlinger mellom dagligvarekjeder og leverandører. Resultatet av disse forhandlingene har betydning for utvalg og priser i butikkene. Bakgrunnen for tiltaket er Dagligvaretilsynets undersøkelser som viser at det fire år etter lovens ikrafttredelse fortsatt er leverandører som opplever utfordringer i forhandlinger, og at det derfor er uklart om forhandlingene er så effektive som de kan være.
- (2) Nærings- og fiskeridepartementet (heretter "departementet") sendte 22. mai 2025 ulike forslag til endringer i lov om god handelsskikk på høring. Høringsnotatet tar utgangspunkt i tematikk knyttet til bruk av EMV, bruk av faste rabatter og faste betalinger og tilgang til grossist- og distribusjonstjenester.
- (3) Høringsfristen er 22. august 2025.
- (4) Forslagene i høringsnotatet kan ivareta andre hensyn enn konkurranse. Konkurransetilsynets kommentarer begrenser seg til konkurransevirkningene av de ulike forslagene.

2 Rabatter og betalinger

- (5) I høringsnotatet punkt 5 fremmer departementet ulike, konkrete forslag til regulering av rabatter og betalinger mellom leverandører og dagligvarekjeder. De ulike forslagene behandles i det følgende.

2.1 Rimelig forhold mellom betalinger og kostnader ved å levere tjenester

2.1.1 Departementets forslag

- (6) Departementet foreslår at lov om god handelsskikk får en ny § 9 a som skal lyde:

Betalinger for tjenesteleveranser mellom leverandør og dagligvarekjeder, grossister og detaljister skal stå i et rimelig forhold til kostnadene ved å levere tjenesten.

- (7) Departementet oppfatter diskusjonen om rabatter slik at det er en særlig bekymring for ubalanse mellom betalinger og ytelser.¹ Departementet opplyser at det ikke har grunnlag for å konkludere med at dette er et utbredt problem, men mener samtidig at et rimelig forhold mellom betalinger og ytelser bør være et grunnleggende hensyn innenfor lov om god handelsskikk. Departementet mener blant annet at regulering kan beskytte aktører fra å bli utnyttet, og legge til rette for økt proporsjonalitet mellom ytelser og motytelser.² Departementet understreker at kravet ikke skal redusere insentivene til å forhandle om priser og rabatter, men innebære at det settes en tydeligere ramme for hva en aktør kan forvente når en betaler for en tjeneste.

2.1.2 Konkurransetilsynets vurdering

- (8) Konkurransetilsynet forstår forslaget slik at kjedene må kunne dokumentere sine kostnader for at leverandørene skal kunne forsikre seg om at bestemmelsen etterleves. Dette vil gi leverandørene økt innsikt i kjedenes kostnader sammenlignet med dagens regulering, og slik kunne redusere kjedenes forhandlingsrom. Dersom leverandører i dag betaler mer for motytelser enn kostnaden ved å tilby dem skulle tilsi, vil bestemmelsen føre til at betalingen for motytelsen må reduseres. Konsekvensen kan bli at kjedene bruker sin kjøpermakt til å forhandle fram en tilsvarende økning i andre rabatter slik at det samlede rabattnivået ikke påvirkes. Dersom andre rabatter ikke økes tilsvarende, kan bestemmelsen føre til økte innkjøpskostnader for kjedene og høyere priser for forbruker.
- (9) Konkurransetilsynet mener at den foreslåtte bestemmelsen vil kunne binde opp betydelige ressurser hos håndhevende organ. Det vil mest sannsynlig kreve omfattende undersøkelser å beregne kostnader ved motytelser og ta stilling til om motytelsene er rimelig priset, og det vil i tillegg hefte stor usikkerhet ved resultatet. Videre kan kostnaden ved å tilby en motytelse variere mellom aktører. Etter tilsynets oppfatning er det derfor stor sannsynlighet for at overføringsverdien mellom saker vil være forholdsvis liten, noe som kan gjøre det vanskelig å utvikle rettslige standarder som gir forutberegnelighet i forhandlinger. Usikkerhet om hvilke rabatter som lovlig kan innvilges kan gjøre aktørene restriktive med å gi rabatter, og føre til høyere priser.
- (10) Konkurransetilsynet anbefaler at forslaget til ny § 9 a i lov om god handelsskikk ikke innføres.

2.2 Krav til skriftlighet for betalinger som ikke har en direkte sammenheng med salget av en vare eller en tjenesteleveranse

2.2.1 Departementets forslag

- (11) Departementet foreslår at lov om god handelsskikk får en ny § 9 b første ledd som skal lyde:
- Betalinger som ikke har en direkte sammenheng med salget av en dagligvare eller en tjenesteleveranse skal avtales skriftlig.*
- (12) Bakgrunnen for forslaget er at aktørene i dagligvaremarkedet ikke bare forhandler om ytelser og motytelser, men også om betalinger som ikke er direkte knyttet til tjenesteleveranser eller salg av dagligvarer, herunder såkalte faste betalinger.³ Departementet understreker at slike faste betalinger som hovedregel må anses som et naturlig utslag av styrkeforholdet i verdikjeden, og at det er viktig at loven ikke begrenser de positive virkningene av rabatter og faste betalinger. Samtidig skriver departementet at "den vedvarende uenigheten om hva de ulike rabatter og betalinger egentlig er ment å dekke" tilsier mer konkrete krav til skriftlighet. Departementet mener forslaget vil bidra til å tydeliggjøre kravet om skriftlighet og klarhet i lov om god handelsskikk § 6. Forslaget omfatter ikke bare faste betalinger, men alle betalinger som ikke har en sammenheng med en motsvarende ytelse.

2.2.2 Konkurransetilsynets vurdering

- (13) Konkurransetilsynet vurderer at det mest sannsynlig vil være vanskelig å avgrense hvilke ytelser som ikke har en "direkte sammenheng" med salg av dagligvarer eller

¹ Høringsnotatet punkt 5.3.2.

² Høringsnotatet punkt 5.3.2.

³ Høringsnotatet punkt 5.3.3.

tjenesteleveranser. Tilsynet viser til at motytelser kan bidra til økt salg og utvikling av leverandørens merkevare, og at god oppfyllelse av motytelser over tid vil styrke forutsigbarheten for leverandøren.⁴ Verdien av motytelser kan derfor overstige kjedenes kostnader ved å tilby dem, og på den måten gi reelt grunnlag for rabatter. Det fremstår uklart om forslaget i ny § 9 b skal avgrenses mot slik kompensasjon. Videre kan det være svært utfordrende å verdsette verdien av motytelser. Derfor kan det uansett bli krevende å fastslå hvilke betalinger som tilhører kategorien beskrevet i forslaget i ny § 9 b første ledd, slik at bestemmelsen både blir vanskelig å etterleve og håndheve.

- (14) For øvrig oppgir departementet "faste betalinger" som eksempel på ytelser som ikke har sammenheng med salg av dagligvarer eller tjenesteleveranser. Konkurransetilsynet bemerker at også betalinger som ikke varierer med antall solgte enheter, kan være knyttet til tjenesteleveranser eller salg av dagligvarer.
- (15) Konkurransetilsynets anbefaler at forslaget til ny § 9 b første ledd i lov om god handelsskikk ikke innføres.

2.3 Felles markedsføring

2.3.1 Departementets forslag

- (16) Departementet foreslår at lov om god handelsskikk får en ny § 9 b annet ledd som skal lyde:
Betalinger fra leverandøren for dagligvarekjedenes markedsføring av, og reklame for, deres produkter skal avtales skriftlig.
- (17) I omtalen av forslaget viser departementet⁵ til Dagligvaretilsynets undersøkelse⁶, som avdekket betydelige uenigheter mellom aktørene om hva betalinger for felles markedsføring skal dekke. Departementet legger til grunn at ovennevnte forslag om at betalinger skal stå i rimelig forhold til kostnadene med å levere tjenesten sammen med gjeldende krav til skriftlighet i lov om god handelsskikk § 6, langt på vei vil løse disse utfordringene, og peker i tillegg på at Dagligvaretilsynet arbeider med å utarbeide prinsipper om utforming av avtaler om felles markedsføring. Likevel mener departementet at uenighetene knyttet til markedsføring tilsier at det er behov for å tydeliggjøre et skriftlighetskrav på dette området i loven.

2.3.2 Konkurransetilsynets vurdering

- (18) Konkurransetilsynet er positiv til at betalinger for markedsføring og reklame avtales skriftlig. Bestemmelsen bør imidlertid ikke være til hinder for en viss fleksibilitet i bruken av motytelser dersom det er hensiktsmessig for leverandør og dagligvarekjede.

2.4 Hylleplassbetaling

2.4.1 Departementets vurdering

- (19) Departementet skriver i høringsnotatet⁷ at én form for fast betaling er årlig fastsatte vederlag fra leverandørene for å være representert i kjedenes butikkhyller, såkalt hylleplassbetaling. Departementet legger til grunn at hylleplassbetaling ikke er tydelig knyttet til direkte kostnader som kjeden har ved å tilby hylleplassen, og at det derfor er en mulighet for at faste overføringer utover det som er nødvendig for å sikre effektiv allokering i hyllene, kan bakes inn i hylleplassbetalingen.
- (20) Departementet ber om høringsinstansenes innspill på om det bør presiseres eksplisitt i loven at betalinger fra leverandører for opplagring, utstilling eller annen presentasjon av sine produkter skal avtales skriftlig.

⁴ Konkurransetilsynets dagligvarerapport 2022, punkt 6.2.3.

⁵ Høringsnotatet punkt 5.3.4.

⁶ [Samarbeidsklimaet i Dagligvarebransjen](#)

⁷ Høringsnotatet punkt 5.3.5.

2.4.2 Konkurransetilsynets vurdering

- (21) Konkurransetilsynet kan ikke se at det er noe tydelig skille mellom eventuelle hylleplassbetalinger og andre betalinger. I praksis kan vederlag som skal kompensere for å være representert i kjedenes butikkhyller være innbakt i ulike typer rabatter. Som nevnt over vil redusert fleksibilitet i avtaleinngåelsen øke aktørenes transaksjonskostnader, samtidig som det ikke er gitt at det samlede rabattnivået endres. Aktørene kan også bli mer restriktive med å gi rabatter, slik at prisen til forbruker øker. Det er derfor Konkurransetilsynets vurdering at det ikke bør innføres et eksplisitt krav om at betaling for hylleplass skal avtales skriftlig.

3 Salg av dagligvarer med tap

3.1 Departementets vurdering

- (22) I høringsnotatet punkt 6 vurderer departementet om det er behov for å regulere dagligvarekjedenes mulighet til å selge dagligvarer med tap.
- (23) Departementet legger til grunn at dersom marginforskjellene på merkevarer og EMV er tilstrekkelig store, kan dette føre til at prisene på merkevarer blir så høye at de ikke er konkurransedyktige mot kjedenes EMV. I hvilken grad dette er et realistisk scenario avhenger ifølge departementet av kjedenes kjøpermakt og deres markedsrett på detaljistledet, der kjedenes rolle som portvoktere forsterker bekymringen. Departementet legger også til grunn at dagligvarekjedenes salg av merkevarer til relativt høyere priser og marginer kan bidra til å undergrave leverandørenes lønnsomhet på en måte som strider mot lovens formål. Videre at eventuell kryssubsidiering med tilstrekkelig store prisforskjeller på sikt kan bidra til å ekskludere mindre aktører både på leverandør- og detaljistledet, og føre til dårligere utvalg for forbruker og øke prisene på EMV.
- (24) Departementet er av den oppfatning at forslaget omtalt over under punkt 2.1, om at betalinger for tjenester skal stå i et rimelig forhold til kostnadene ved å levere tjenesten, vil redusere kjedenes mulighet til kryssubsidiering. Departementet stiller likevel spørsmål ved om det er behov for ytterligere og mer konkret regulering av salg med tap for å hindre kryssubsidiering. Departementet legger til grunn at et generelt forbud vil innebære et betydelig inngrep i partenes avtalefrihet og fjerne en del av dagligvarekjedenes fleksibilitet til å fastsette priser i tråd med forbrukernes preferanser, noe som kan føre til høyere priser og svekke konkurransen mellom detaljistene. Departementet mener at et snevrere forbud vil være mer treffsikkert og mindre inngripende, men mer utfordrende å håndheve fordi det kan være vanskelig å vurdere hva som er konkurrerende produkter. Departementet peker også på at et eventuelt forbud kan gi dagligvarekjedene insentiv til å ta inn færre merkevarer og heller satse på EMV, noe som kan svekke tilgangen til butikkhyllene for nye og mindre merkevareleverandører uten sterk merkevareposisjon. Sistnevnte kan hindre at nye produkter kommer i salg og gjøre utvalget til forbruker dårligere.
- (25) Departementet finner at et forbud mot salg med tap vil være et særlig inngripende tiltak som kan ha vesentlige negative konsekvenser, og som derfor bare bør innføres hvis det er nødvendig for å avhjelpe dokumenterte utfordringer. Etter departementets vurdering tilsier det eksisterende faktagrunnlaget ikke at det er forholdsmessig å foreslå en slik regulering nå, men det ønsker likevel høringsinstansenes innspill på om salg med tap bør reguleres i lov om god handelsskikk.
- ### **3.2 Konkurransetilsynets vurdering**
- (26) Konkurransetilsynet deler departementets vurdering om at det ikke foreligger et tilstrekkelig dokumentert behov for å regulere salg av dagligvarer ned tap. Tilsynet slutter seg også til departementets vurdering av mulige negative konsekvenser av en slik regulering.

4 Tilgang til grossist- og distribusjonstjenester

4.1 Departementets vurdering

- (27) De fleste uavhengige leverandører og detaljister i dagligvaremarkedet er avhengige av tilgang til dagligvarekjedenes grossist- og distribusjonstjenester for å få distribuert varer. I høringsnotatet punkt 7 vurderer departementet om slik tilgang bør reguleres. Departementet legger til grunn at spørsmålet om tilgang har store grenseflater mot konkurranseloven, men går ikke nærmere inn på dette i selve vurderingen.
- (28) Departementet legger til grunn at dagligvareaktørenes avtalefrihet begrenses av blant annet god handelsskikk-standard i lov om god handelsskikk § 3, men finner det likevel uklart hvor langt denne standarden rekker når det gjelder tilgangen til grossist- og distribusjonstjenester. Selv om Menon Economics i en kartlegging av tilgang til grossisttjenester i dagligvarebransjen ikke fant markedssvikt som tilsier regulering av grossisttjenester, var det likevel funn som kan tyde på at små detaljister og leverandører har utfordringer med å få tilgang til slike tjenester til konkurransedyktige betingelser. Departementet understreker at det kan være saklige grunner til at en grossist enten ikke vil levere eller leverer til andre betingelser, og at en eventuell regulering ikke må ramme slike.
- (29) Departementet mener en regulering av grossist- og distribusjonstjenester kan føre til at flere aktører får konkurransedyktig tilgang til slike tjenester, og gjøre mangfoldet i bransjen større og bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser. Samtidig peker departementet på flere mulige negative sider ved en slik regulering, som at insentivene for uavhengige aktører til å opprette nye grossistvirksomheter kan reduseres og at dagligvarekjedens insentiver til å effektivisere sine vertikalt integrerte grossister kan svekkes fordi gevinster også vil tilfalle konkurrenter, noe som igjen kan føre til høyere priser og lavere kvalitet på varer ut til forbruker.
- (30) Departementet er usikker på om utfordringene med uavhengige aktørers tilgang til grossist- og distribusjonstjenester er av et slikt omfang at det er behov for regulering, og ønsker derfor høringsinstansenes syn på dette.
- (31) I høringsnotatet punkt 7.3.2 skisserer departementet mulige rammer for en eventuell regulering. Det pekes på at utfordringene synes å være noe ulike for uavhengige leverandører (priser) og uavhengige detaljister (tilgang). En regulering av tilgang bør ifølge departementet avgrenses til grossister med en viss markedsandel, ettersom disse har større praktiske muligheter til å tilby tjenester til flere. Departementet legger til grunn at en slik regulering kan legge til rette for nyetablering på detaljistleddet, men peker samtidig på at dette vil medføre kostnader for grossistene og kan svekke insentivene til å etablere seg i grossistmarkedet, også selv om plikten begrenses til større aktører. Departementet påpeker også at en regulering vil reise spørsmål om hvor langt en grossist må strekke seg når det gjelder kapasitet i tjenestene.
- (32) Når det gjelder vilkårene for tilgang til grossist og distribusjonstjenester, legger departementet til grunn at forslaget om at betalinger for tjenester skal stå i et rimelig forhold til kostnadene ved å levere dem (punkt 2.1 over) langt på vei vil bidra til å redusere risikoen for urimelige vilkår ved kjøp av tjenester. Departementet mener likevel at forslaget ikke hindrer at en grossist krever vilkår som ikke er koblet til betaling for tjenesten, og viser til at dagligvarekjeder ofte setter bruk av egne grossist- og distribusjonstjenester som vilkår for at uavhengige aktører skal få tilgang til kjedenes butikkhyller, noe som skaper et avhengighetsforhold som gir risiko for at leverandører opplever at de må gå med på urimelige vilkår. Departementet mener at en mulighet kan være å kreve at tilgang skal gis på ikke-diskriminerende vilkår, men peker samtidig på at dette vil svekke insentivene til forhandlinger mellom aktørene, og at det kan bli en utfordring å ivareta saklig begrunnede forskjeller. Sistnevnte innebærer en risiko for dyrere tjenester og lavere kvalitet, som igjen kan gi høyere priser til forbruker.

4.2 Konkurransetilsynets vurdering

- (33) Konkurransetilsynet er enig med departementet i at tilgang til grossist- og distribusjonstjenester kan lette etablerings- og ekspansjonsmulighetene for mindre aktører, og derfor være av reell betydning for konkurransen i dagligvaremarkedet.
- (34) Konkurransetilsynet deler likevel departementets vurderinger knyttet til mulige utfordringer ved en regulering av tilgang til grossist- og distribusjonstjenester, samt mulige negative effekter av en slik regulering. Tilsynet er derfor av den oppfatning at det i utgangspunktet bør utvises varsomhet med å regulere tilgang til slike tjenester. Det er også tilsynets vurdering at det vil være svært krevende å etablere en målrettet regulering som ikke samtidig påfører markedsaktører høye etterlevelseskostander, og videre at en slik regulering vil være svært ressurskrevende å håndheve.

5 Vern mot etterligninger

5.1 Departementets vurdering

- (35) Lov om god handelsskikk § 9 regulerer vern mot etterligninger, og skal tolkes på samme måte som forbudet mot etterligninger i markedsføringsloven § 30. Mens markedsføringsloven § 30 kun håndheves privatrettslig, var muligheten for offentlig håndheving en viktig begrunnelse for bestemmelsen som er inntatt i § 9, slik departementet ser det.⁸
- (36) Departementet viser til at det sentrale hensynet bak innføringen av et etterligningsvern i lov om god handelsskikk, er å hindre kopiering og andre etterligninger ved lansering og salg av egne merkevarer, og at Samfunnsøkonomisk Analyse i en rapport viser til at produktetterligning er et generelt problem som svekker insentivene til innovasjon i dagligvaremarkedet.
- (37) Departementet skriver at etterligningsvernet i § 9 kun gjelder etterligningshandlinger som foregår innenfor vertikale relasjoner, altså der den som kopierer har en avtale om å kjøpe dagligvarer av den som kopieres. Rekkevidden av etterligningsvernet kommer på spissen i tilfeller der den som står for produksjonen av et kopiprodukt (kopiprodusenten) er en horisontal konkurrent til leverandøren (originalen), og samtidig har en tett vertikal relasjon til en dagligvarekjede (innkjøper) som også kjøper produktet som kopieres.
- (38) Departementet vurderer at den generelle god handelsskikk-standard i § 3 og markedsføringsloven § 30 er egnet til å ramme situasjoner der en dagligvarekjede kopierer et produkt fra en leverandør de har et avtaleforhold med. Departementet vurderer likevel at bestemmelsen i § 9 kan ha en oppdragende effekt på aktørene i bransjen, og foreslår at ordlyden endres for å gjøre bestemmelsen mer forutsigbar og bedre tilpasset utfordringene i markedet, ved at forbudet mot etterligninger retter seg mot dagligvarekjeder som lanserer egne eller tilknyttede merkevarer.

5.2 Konkurransetilsynets vurdering

- (39) Konkurransetilsynet støtter departementets forslag om å tilpasse ordlyden i lov om god handelsskikk § 9 for å gjøre loven mer forutsigbar for aktørene i dagligvaremarkedet. Tilsynet slutter seg også til vurderingen om at produktetterligninger kan svekke insentivene til innovasjon i dagligvaremarkedet.

Med hilsen

Beate Milford Berrefjord
avdelingsdirektør

Dokumentet er elektronisk godkjent.

⁸ Høringsnotatet punkt 8.

Mottaker

Nærings- og fiskeridepartementet

Postadresse

Postboks 8090 Dep

*Poststed*0032 OSLO
Norge*Kontakt/e-post*

postmottak@nfd.dep.no