

**Til: Barne- og familiedepartementet**

**Fra: Bransjeforeningen Handel i NHO Service og Handel**

### **Innspill til pågående arbeid med moderniseringsdirektivet fra handelsnæringen**

NHO Service og Handel deltok under høring av moderniseringsdirektivet med innspill. I løpet av vår og sommer 2022 har temaet aktualisert seg som følge av forberedelser på hva som trolig kommer. Bransjeforeningen Handel har hatt god dialog med handelsaktører i perioden, hvor foreslåtte norske gjennomføringsregler har blitt diskutert med utgangspunkt i kompleksitet tilknyttet førpris. Vi medeler

Ett av temaene vi har drøftet er den praktiske betydningen av moderniseringsdirektivet for handelsnæringen, og de foreslåtte norske gjennomføringsreglene. En av de foreslåtte gjennomføringsreglene som er særlig relevant for varehandel, er den eksplisitte regelen om bruken av førpris:

***"Der prisen på varer markedsføres som nedsatt, skal det gis informasjon om reell førpris. Den reelle førprisen er den laveste prisen varen har blitt solgt for til allmennheten i seks sammenhengende uker før markedsføringen startet."***

Forslaget til den norske gjennomføringsregelen åpner opp for noen praktiske problemer tilknyttet førpris. Det kreves i det norske forslaget at varen **faktisk er solgt** til førpris i førprisperioden, i stedet for at varen **bare er tilbudt** til førpris slik direktivregelen krever. Samtidig har den foreslåtte norske regelen om førpris en utforming som vil kunne skape både usikkerhet og store praktiske problemer for aktører i Norge:

- Den foreslåtte norske regelen sier ikke noe om hvor mange salg av hver vare som vil kreves for å oppfylle kravet om faktisk salg. Det vil bli svært upraktisk for retailere å måtte vurdere dette individuelt for hver enkelt vare før det igangsettes en salgskampanje.
- Den foreslåtte norske regelen krever tilsynelatende at hver enkelt varetype har blitt solgt til den oppgitte førprisen. Dette vil gjøre det vanskelig å ha salgskampanjer på hele kategorier av varer, da det ofte ikke vil kunne påvises salg av hver eneste varetype i kategorien i perioden før kampanjen begynner. Tilsvarende vil dette gjøre det vanskelig å ha salgskampanjer på produkter det finnes flere varianter av (f. eks skjorter med forskjellige farger eller mønstre), da det ofte ikke vil kunne påvises salg av hver eneste variant i perioden før kampanjen begynner.
- Kravet i den foreslåtte norske regelen om at førpris er den laveste prisen varen faktisk har blitt solgt for i førprisperioden vil også gjøre det vanskelig å drive sentralstyrte markedskampanjer i franchise-kjeder, da hovedkontoret/franchisegiver normalt ikke vil ha

oversikt over hva som er den laveste pris varene faktisk har blitt solgt for hos den enkelte franchisetaker i førprisperioden.

Undersøkelser viser at de andre landene i EØS har innført samme nasjonale gjennomføringsregel om førpris som direktivets regel, det vil si at førprisperioden er 30 dager og at det ikke stilles krav om faktisk salg til førprisen i førprisperioden. Som illustrert av punktene over vil den foreslåtte strengere norske regelen dermed gjøre det vanskeligere å drive effektiv salgsmarkedsføring i Norge enn resten av EØS.

Mange aktører innen varehandel i Norge er i tillegg internasjonale, og mange av disse har hovedkontor i andre skandinaviske land, med sentraliserte markedsavdelinger utenfor Norge. Ulike regler om førpris i Norge i forhold til de andre landene i EØS gjør det krevende for slike internasjonale handelsaktører å drive kostnadseffektiv og juridisk korrekt markedsføring, og dermed vanskeliggjøre handel over landegrensene.

Vi håper disse praktiske eksemplene som viser kompleksitet som følge av det norske forslaget som nå er under ferdigstilling, er relevant å ta med inn i ferdigstillingen av dette regelverket.

Med vennlig hilsen

Linda Vist  
Bransjedirektør Handel  
NHO Service og Handel