



Folketingets Sundheds- og Ældreudvalg

ERHVERVS MINISTEREN

2. marts 2018

Besvarelse af spørgsmål 527 alm. del stillet af udvalget den 2. februar 2018 efter ønske fra Flemming Møller Mortensen (S).

ERHVERVS MINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Ministeren bedes få Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen til at vurdere, om det ville være lovligt rent konkurrencemæssigt, hvis man fra politisk hold i samarbejde med detailhandlen satte fokus på overholdelse af aldersgrænsen på 18 år for salg af tobak ved eksempelvis at lave en kampagne, hvor hele detailhandlen systematisk spurgte deres kunder om ID ved tobakskøb, og staten eksempelvis bidrog med en sideløbende kampagne.

Tlf. 33 92 33 50

Fax 33 12 37 78

CVR-nr. 10 09 24 85

EAN nr. 5798000026001

em@em.dk

www.em.dk

Svar:

Jeg er generelt glad for tiltag, hvor erhvervslivet vil sætte fokus på at sikre overholdelsen af gældende regler.

Jeg har bedt Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen om at vurdere det beskrevne tiltag rent konkurrenceretligt. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har oplyst følgende:

”Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen kan ikke på det foreliggende grundlag vurdere, om et sådant samarbejde er lovligt i henhold til konkurrencereglerne. Det afhænger helt af de konkrete omstændigheder, herunder den nærmere udformning af initiativet, hvilket ikke er oplyst i spørgsmålet. Det afgørende ift. konkurrencereglerne er overordnet, om samarbejdet begrænser konkurrencen udover det, som er en direkte og nødvendig følge af offentlig regulering.

I medfør af tobaks- og alkoholsalgsforbudsloven påhviler det den enkelte erhvervsdrivende at opfylde pligten om ID-kontrol i tvivlstilfælde.

Da lovgivningen ikke kræver systematisk ID-kontrol af samtlige kunder i detailhandlen uanset alder, kan det på det foreliggende grundlag ikke udelukkes, at det ville kunne være i strid med konkurrencereglerne, hvis konkurrerende virksomheder indgår en aftale om at indføre dette. Hvis de forhold som konkurrenter samarbejder om, er en væsentlig konkurrenceparameter, vil aftalen som hovedregel være i strid med konkurrencereg-

lerne. Et eksempel på et samarbejde om en væsentlig konkurrenceparameter kan være et samarbejde om serviceniveauet i en branche.

Om den kampagne, som er omtalt i spørgsmålet, påvirker væsentlige konkurrenceparametre i detailhandlen, afhænger af en nærmere analyse af flere forhold, herunder den nærmere udformning af kampagnen og konkurrencen i detailhandlen. Virksomhederne i detailhandlen vil være i en god position til at vurdere, om en kampagne berører væsentlige konkurrenceparametre. I konkurrencesager vil virksomheders vurderinger være den væsentlige kilde til information for konkurrencemyndighederne.

Generelt vil ethvert frivilligt samarbejde mellem detailhandlen og evt. også myndigheder, hvor man fx udveksler information og vejledning om nuværende eller ny lovgivning, som udgangspunkt kunne forventes at være i overensstemmelse med konkurrencereglerne. Det gælder også kampagner om sådanne forhold.

Virksomheder, brancheorganisationer og borgere er altid velkommen til at tage kontakt til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen for konkret vejledning om konkurrenceforhold.”

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen