



Folketingets Sundheds- og Ældreudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

6. april 2018

Besvarelse af spørgsmål 690 alm. del stillet af udvalget den 14. marts 2018 efter ønske fra Flemming Møller Mortensen (S).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Ministeren bedes få Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen til at vurdere, om det ville være ulovligt eller konkurrenceforvridende, hvis tobaksindustrien indgik aftaler med en detailhandelsvirksomhed, som indebar, at tobaksindustrien ydede et 'markedsføringsbidrag' til detailhandelsvirksomheden mod til gengæld at kunne diktere den præcise placering af tobaksvarer i virksomhedens butikker.

Tlf. 33 92 33 50
Fax. 33 12 37 78
CVR-nr. 10092485
EAN nr. 5798000026001
em@em.dk
www.em.dk

Svar:

Jeg har bedt Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen om at vurdere, om de beskrevne aftaler er i overensstemmelse med konkurrencereglerne. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i den forbindelse oplyst følgende:

”Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen kan ikke på det foreliggende grundlag vurdere, om de beskrevne aftaler er i overensstemmelse med konkurrencereglerne i konkurrenceloven §§ 6 og 11 samt TEUF artikel 101 og 102. Konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 forbyder virksomheder m.v. at indgå aftaler, som direkte eller indirekte har til formål eller følge at begrænse konkurrencen. Konkurrencelovens § 11 og TEUF artikel 102 forbyder én eller flere virksomheder m.v. at misbruge en dominerende stilling.

Den konkurrenceretlige vurdering afhænger af de konkrete omstændigheder, herunder fx om aftalerne indgås med den samlede tobaksindustri, om der indgås tilsvarende aftaler med andre detailhandelsvirksomheder, aftaleparternes markedsandele, hvilken placering konkurrerende virksomheders produkter vil få i de pågældende butikker efter betalingen af markedsføringsbidraget, og hvilken betydning dette vil have for konkurrencen på de relevante markeder.

Virksomheder, brancheorganisationer og borgere mv. er altid velkomne til at tage kontakt til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen for at få vejledning om konkurrencereglernes anvendelse. Det anbefales, at relevante

virksomheder og brancheorganisationer tager direkte kontakt til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, og forklarer om de nærmere omstændigheder vedrørende de i spørgsmålet beskrevne aftaler og i den forbindelse efterspørger vejledning om, hvordan man foretager en overordnet konkurrenceretlig vurdering af disse aftaler.”

Jeg har endvidere modtaget følgende bidrag fra Sundheds- og Ældreministeriet, idet placeringen af tobaksvarer i butikker er reguleret i tobaksreklameloven på Sundheds- og Ældreministeriets ressort:

”Det følger af lov nr. 492 af 7. juni 2001 om forbud mod tobaksreklame m.v., at alle former for reklame for tobaksvarer er forbudt. Efter lovens § 2, stk. 1 skal der ved reklame forstås enhver handling i erhvervsøjemed, der har til formål at fremme afsætningen af tobaksvarer.

Forbuddet gælder dog ikke en neutral anbringelse af tobaksvarer i forbindelse med betalingskasser, barer og lignende. Tobaksvarer må kun placeres på hylder, i skabe bag ved eller under kassen, disken, baren eller lignende. Hertil i bokse og i specielle automater. Hylderne, skabene og boksene må ikke få en størrelse eller udformning, som giver en reklameeffekt.”

Endelig kan jeg oplyse, at det er Forbrugerombudsmanden, som uafhængig myndighed, der fører tilsyn med tobaksreklameloven. Tilsynet føres efter markedsføringslovens regler. Forbrugerombudsmanden har i efteråret 2016 politianmeldt 7-Eleven og House of Prince for deres brug af cigaretbokse, der var placeret bag kasserne i 7 Eleven-butikkerne. Forbrugerombudsmanden vurderede, at cigaretboksene var i strid med tobaksreklameloven på grund af boksenes størrelse og udformning, herunder lys, grafik og farvesammensætning.

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen