



Det Kongelige Nærings- og Fiskeridepartementet
Postboks 8090 Dep
0032 OSLO

Deres referanse
22/3618-26

Vår referanse
23-727

Vår dato
12.05.2023

NNN innspill - Definisjon av egne merkevarer

Dagligvarekjedenes EMV skaper ubalanse mellom partene i forhandlings situasjoner. Norsk Nærings- og Nytelsesmiddelarbeiderforbund (NNN) mener dagligvarehandelens EMV må defineres slik at det synliggjør muligheten til å forfordle sine egne interesser i grossist, distribusjon og butikkledd. Dagligvarekjedene setter prisen på produktene i dagligvaremarkedet. Det gir dagligvarekjedene mulighet til å kryss-subsidiere mellom leverandørenes produkter og deres EMV. Logistikk kjeden i dagligvaremarkedet eies og styres i stor grad av dagligvarekjedene. Ved forhandling om pris på produkter med leverandørene skilles ikke logistikk kostnader for de enkelte produkter som eget forhandlingsområde. Det gir et lukket system hvor leverandørene ikke har kontroll på kostnader eller kvalitet av denne tjenesten. Videre må det bemerkes at dagligvarekjedenes EMV gir innsyn i kalkyler og oppskrifter. Innsyn i motpartens detaljer styrker dagligvarekjedenes makt i forhandlinger med leverandørene.

Kommentar til forslag til definisjon.

Handelens egne varemerker (EMV) er varemerker som eies av handelsaktører med detaljistsalg. Handelsaktøren eier merket og derigjennom kontrollerer resept, design og distribusjon av varer som kan bruke varemerket. EMV selges hovedsakelig i handelsaktørens egne utsalgssteder, definert som at minst 80 pst. av omsetningen av varemerket skjer her.

- NNN mener at det kjedenes kontroll på en EMV kan benyttes uavhengig av salgskanal/slagsted. Det må ikke settes begrensning i definisjonen

Handelens tilknyttede varemerker (TMV) er varemerker eid av leverandører til handelsaktører, men der det eksisterer vertikale kontrakter eller andre bindinger mellom leverandøren og en handelsaktører.

- NNN mener definisjon som beskriver varemerker eid av leverandører til handelsaktører, men der det eksisterer vertikale kontrakter eller andre bindinger mellom leverandøren og en handelsaktører, må defineres som EMV (produkter som er under kontroll av dagligvarekjedene).

Vår dato
12.05.2023

Vår referanse
23-727

NNN er opptatt av at vi får en tydelig definisjon av EMV som viser eierforholdet og kontroll, og derigjennom maktforholdet som EMV produkt kan utgjøre i forhandlinger mellom leverandør og dagligvarekjede.

Med vennlig hilsen
Norsk Nærings- og Nytelsesmiddelarbeiderforbund

Lars Iver Wiig
Næringspolitikk/ Rådgiver
Tlf.: +47 90649110
Epost: lars.iver.wiig@nnn.no

Dette brevet er godkjent elektronisk i NNN, og har derfor ingen signatur.