

Dagab Hässleholm AB (tidigare Bergendahl
Food AB)
c/o Dagab Inköp & Logistik AB
107 69 Stockholm

Eventuell överträdelse av lagen om förbud mot otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter – restlagerhantering

Saken

Eventuell överträdelse av 12 § andra stycket lagen (2021:579) om förbud mot otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter.

Konkurrensverkets beslut

Konkurrensverket kommer inte att utreda saken ytterligare. Ärendet avslutas.



Ärendet

Bakgrund

1. Dagab Inköp & Logistik¹, som är en del av Axfood-koncernen, förvärvade 2021 Bergendahl Food AB².
2. Våren 2022 erhöll Konkurrensverket information om att Bergendahl Food AB³ (härefter Dagab Hässleholm) tillämpade en handelsmetod som skulle kunna stå i strid med lagen (2021:579) om förbud mot otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter (LOH). Enligt informationen bestod handelsmetoden i att Dagab Hässleholm, i samband med sortimentsrevidering, fakturerade sina leverantörer en del av värdet på utgående artiklar i Dagab Hässleholms lager. Enligt informationen resulterade handelsmetoden i att Dagab Hässleholm övervältrade affärs- och volymrisk på sina leverantörer. Utöver detta gjordes det gällande att Dagab Hässleholm inte hade avtalat i leverans- eller inköpsavtalet om tillämpningen av metoden. Dagab Hässleholm ska i stället ha hänvisat till att metodens tillämpning följde av villkor i Dagab Hässleholms leveransportal. Enligt uppgiftslämnaren ingicks emellertid avtal mellan parterna före introduktionen av leverantörsportalen.
3. Mot bakgrund av uppgifterna inledde Konkurrensverket en utredning i juni 2022. Syftet med utredningen har varit att utreda om Dagab Hässleholm överträtt förbudet i 12 § andra stycket LOH.

Konkurrensverkets utredning

4. Konkurrensverket har i sin utredning inhämtat handlingar från Dagab Hässleholm i form av e-post, fakturor och listningsbesked. Vidare har Konkurrensverket inhämtat yttranden från Dagab Hässleholm.

Vad Dagab Hässleholm framfört i utredningen

5. Dagab Hässleholm har sammanfattningsvis framfört följande i sina yttranden.
6. Dagab Hässleholm har tidigare tillämpat en rutin för restlagerhantering. Dagab Hässleholm har efter att bolagets verksamhet integrerats med Dagab Inköp & Logistik slutat att göra inköp och sortimentsrevideringar. Därmed har Dagab Hässleholm även slutat tillämpa rutinen för restlagerhantering.
7. Dagab Hässleholms rutin för restlagerhantering tillämpades oförändrat från 2017 till 2022. Rutinen bestod i att Dagab Hässleholm i samband med sortimentsrevidering sålde restlagret av utgående varor till ett rabatterat pris.

¹ Org. nr 556004-7903.

² Org. nr 556342-7698.

³ Bergendahl Food AB har under utredningen bytt namn till Dagab Hässleholm AB.



Leverantörer fick ett antal veckor innan genomförandet av sortimentsrevideringen besked om vilka varor som skulle plockas ut ur sortimentet. Leverantörerna bidrog till hanteringen av restlagret genom att betala del av nettopriset på dessa utgående varor. Rabatterna beräknades på varor som fanns kvar i Dagab Hässleholms centrallager och leverantörerna fakturerades alltså inte beträffande varor som redan sålts till butik. Rutinen innebar vidare att en av Dagab Hässleholms större kunder uppmärksammades på den aktuella prissänkningen genom att Dagab Hässleholm informerade om prissänkningen samt tillgänglig volym i en så kallad prisfil varpå kunden köpte det återstående saldot.

8. Dagab Hässleholm har uppgett att syftet med rutinen var att snabbt göra plats för nya produkter såväl i centrallager som i butik. Rutinen fungerade bra och uppskattades även av leverantörer eftersom alternativet hade varit att lanseringen av leverantörens nya produkter hade försenats. Ett alternativt förfarande som att returnera osålda utgående varor till leverantören hade varit mindre gynnsamt för leverantörerna och dessutom mindre lämpligt ur hållbarhetssynpunkt.
9. Dagab Hässleholm betraktar inte rutinen för restlagerhantering som ett förfarande där rabatter erbjöds som del av en marknadsföringskampanj och hanteringen faller därmed enligt företaget utanför tillämpningsområdet för förbudet i 12 § andra stycket LOH. Dagab Hässleholm menar att produkterna, snarare än att marknadsföras, skulle fasas ut. Hanteringen tog vidare sikte på varor som redan var beställda, mottagna och betalade av Dagab Hässleholm, medan förbudet – som bör tolkas restriktivt – tar sikte på varor som kommer att beställas. Under alla omständigheter var rutinen, som framgick såväl av listningsbesked som innehållet i leverantörsportalen, inarbetad samt klart och tydligt avtalad mellan Dagab Hässleholm och dess leverantörer.

Skälen för beslutet

Rättslig reglering

10. Såvitt avser köpare som inte är myndigheter gäller LOH vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter när köparen eller leverantören är etablerad i Sverige och köparen har en årsomsättning som överstiger två miljoner euro, se 2 § LOH.
11. Jordbruks- och livsmedelsprodukter är alla sådana produkter som förtecknas i bilaga 1 till fördraget om Europeiska unionens funktionssätt samt produkter som framställs för användning som livsmedel genom användning av någon förtecknad produkt (det vill säga förädlas genom bruket av någon förtecknad produkt), se 3 § 1 LOH.



12. 12 § LOH innehåller en uppräknning av handelsmetoder som är förbjudna om köparen och leverantören inte klart och tydligt har avtalat om dem i förväg. Det krävs alltså att det finns ett avtal och att avtalet i dessa delar är klart och tydligt. Detta skiljer sig från förbuden i 5 § som gäller under alla förhållanden.
13. Enligt 12 § andra stycket LOH är en handelsmetod som innebär att leverantören ska bära hela eller en del av kostnaden för rabatter på jordbruks- och livsmedelsprodukter som köparen säljer som en del av en marknadsföringskampanj förbjuden (1) om köparen och leverantören inte klart och tydligt har avtalat om den i förväg, och (2) om köparen inte innan kampanjen inleds anger under vilken tidsperiod som åtgärderna ska genomföras och den förväntade mängd produkter som kommer att beställas. Jämfört med övriga handelsmetoder som anges i 12 § LOH innehåller således bestämmelsen i andra stycket en ytterligare förutsättning som ska vara uppfylld för att handelsmetoden inte ska vara förbjuden.⁴

Konkurrensverkets bedömning

14. Det granskade förfarandet rör Dagab Hässleholms restlagerhantering under 2022. Dagab Hässleholm är ett företag som är etablerat i Sverige. Dagab Hässleholms årsomsättning har under den för utredningen relevanta perioden överstigit två miljoner euro. LOH har följaktligen varit tillämplig under den för utredningen aktuella perioden vid Dagab Hässleholms köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter.
15. Dagab Hässleholm anser, som tidigare redovisats, att det agerande eller den rutin företaget benämner restlagerhantering inte träffas av bestämmelsen i 12 § andra stycket LOH. Detta mot bakgrund av att hanteringen avsåg redan inköpta produkter som skulle fasa ut snarare än att marknadsföras, se ovan punkten 9. För det fallet att hanteringen skulle träffas av det aktuella förbudet har Dagab Hässleholm anfört att förfarandet var klart och tydligt avtalat i förväg.
16. Dagab Hässleholms restlagerhantering innebär att leverantörer fick bära en del av kostnaden för rabatter som Dagab Hässleholm erbjöd sina kunder på leverantörernas produkter. Restlagerhanteringen är således enligt Konkurrensverkets bedömning en handelsmetod som innebär att leverantören bär hela eller en del av kostnaden för rabatter på av köparen sålda jordbruks- och livsmedelsprodukter, se 12 § andra stycket LOH. Bestämmelsen avser rabatter på jordbruks- och livsmedelsprodukter *som köparen säljer som en del av en marknadsföringskampanj*⁵. Fråga är med andra ord om bestämmelsen är tillämplig på Dagabs restlagerhantering oavsett att

⁴ Se prop. 2020/21:134 s. 112–113.

⁵ Konkurrensverkets kursivering.



Dagab Hässleholm inte betraktar den som en del av en "marknadsföringskampanj" eller om bestämmelsen även är tillämplig när fråga inte är om en marknadsföringskampanj i snäv bemärkelse.

17. Enligt Konkurrensverkets bedömning kan begreppet marknadsföringskampanj i 12 § andra stycket LOH tolkas på så sätt att även andra säljfrämjande åtgärder än marknadsföring i form av riktade reklamkampanjer omfattas. Skälen till detta utvecklas i det följande.
18. Begreppet marknadsföring respektive marknadsföringskampanj används i 12 § första stycket 4 respektive 12 § andra stycket LOH. Det förstnämnda förbudet tar sikte på leverantörers bidrag till sina köparens marknadsföring generellt, medan det andra förbudet reglerar kostnadsdelning av rabatter. I praktiken är det vanligt förekommande att vad som marknadsförs inom livsmedelshandeln är just rabatterade varor. Enligt LOH:s förarbeten ska marknadsföring förstås i enlighet med definitionen i 3 § marknadsföringslagen (2008:486).⁶ Denna definition är vidsträckt och avser *reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter inbegripet en näringsidkares handlande, underlåtenhet eller någon annan åtgärd eller beteende i övrigt före, under eller efter försäljning eller leverans av produkter till konsumenter eller näringsidkare*.⁷ Som framgår av definitionen är marknadsföringsbegreppet inte begränsat till att endast avse näringsidkares åtgärder gentemot konsument eller några särskilda former av säljfrämjande åtgärder.⁸
19. I UTP-direktivet används också, utöver begreppet marknadsföringskampanj,⁹ uttrycket säljfrämjande åtgärder, som exempelvis kan bestå i försäljningskampanjer och reklamskyltning¹⁰. Av den direktivsbestämmelse som utgör förlaga till 12 § andra stycket LOH framgår att köparen ska underrätta leverantören om tidpunkten för genomförandet av de säljfrämjande åtgärderna, det vill säga tidpunkten för rabatteringen.¹¹
20. Mot denna bakgrund ska enligt Konkurrensverkets bedömning begreppet marknadsföringskampanj i 12 § andra stycket LOH tolkas vidsträckt och inte

⁶ Prop. 2020/21:134 s. 112.

⁷ Konkurrensverkets kursivering.

⁸ Det kan anmärkas att det i förarbetena till tidigare gällande marknadsföringslag uttalades att även själva saluhållandet av en produkt bör anses utgöra en marknadsföringsåtgärd, se prop. 1975/76:34 s. 124. Begreppet har således tolkats extensivt sedan länge. I doktrin framhålls att "[g]enom de begränsade förändringarna av struktur, terminologi och sanktioner som gjorts vid tillkomsten av MFL är många gånger äldre praxis relevant för tolkningen av MFL", se Levin, Marknadsföringslag (2008:486) Inledning, (1 september 2021, JUNO [Lexino]) samt samma kommentar avseende definitionen av marknadsföring i 3 §.

⁹ Artikel 3.2 c i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/633 av den 17 april 2019 om otillbörliga handelsmetoder mellan företag i jordbruks- och livsmedelskedjan (UTP-direktivet).

¹⁰ Se t.ex. skäl 22 och 27 i UTP-direktivet.

¹¹ Se artikel 3.2 andra stycket i UTP-direktivet.

begränsas till säljfrämjande åtgärder där rabatterna kommuniceras på visst sätt.

21. Bestämmelsens tillämpningsområde är inte heller beroende av hur den aktuella köparen rubricerar eller kategoriserar en handelsmetod eller ett agerande. Dagab Hässleholm har uppgett att syftet med restlagerhanteringen var att snabbt göra plats för nya produkter såväl i centrallager som i butik, vilket åstadkoms genom att de aktuella produkterna rabatterades i syfte att öka försäljningstakten. Att rabattera en produkt kan till sin natur vara en säljfrämjande åtgärd, jfr punkten 18 ovan. Enligt Konkurrensverket har rabatterna inom ramen för Dagab Hässleholms restlagerhantering därmed sannolikt utgjort en säljfrämjande åtgärd för vilken leverantörer bar del av kostnaden. Restlagerhanteringen kan således omfattas av 12 § andra stycket LOH.
22. Konkurrensverket noterar att Dagab Hässleholm har uppgett att handelsmetoden, till följd av att inköp numera hanteras av Dagab Inköp & Logistik, inte längre genomför sortimentsrevideringar och att restlagerhantering med påföljande kostnadsdelning därför inte heller förekommer. Den aktuella handelsmetoden tillämpas således inte längre av Dagab Hässleholm.
23. Konkurrensverket finner mot denna bakgrund att det inte är motiverat att fortsätta utredningen i syfte att ta ställning till om restlagerhanteringen har varit klart och tydligt avtalad med aktuella leverantörer och om leverantörerna fått en prognos om den mängd varor som kommer att beställas samt fått besked om under vilken tidsperiod de säljfrämjande åtgärderna skulle vidtas i den mening som avses i 12 § andra stycket LOH.
24. Sammanfattningsvis bedömer Konkurrensverket således att det saknas skäl att fortsätta utredningen varför ärendet ska avslutas.

Detta beslut har fattats av generaldirektör Rikard Jermsten. Föredragande har varit Joakim Palm.

Beslutsfattandet har dokumenterats digitalt och beslutet saknar därför namnunderskrift.

Rikard Jermsten

Beslutet att inte utreda saken ytterligare kan inte överklagas

Detta beslut kan inte överklagas, se 4 § jämte 8 § förordningen (2021:583) om förbud mot otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter.

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.