

**Sammendrag:** Saken gjaldt klage over avgjørelse om strykning av produkt fra basisutvalget. Klager anførte at produktet burde ha fått lengre tid til innkjøp og lansering før produktet ble omfattet av en tellende salgsmåling. Det ble også anført at styringstallet burde vært utvidet. Klagen førte ikke frem. Utsolgsituasjonen skyldtes forhold som var leverandørens risiko. Fastsettelse av styringstall hørte under Vinmonopolets forretningsmessige skjønn. Denne skjønnsutøvelsen hadde bygget på saklige hensyn, og det var ikke grunnlag for å justere styringstallet for å ta høyde for utsolgsituasjonen for klagers produkt.

**Sak nr. 4/2021, lnr. KVIN-2021-5**  
**Klage fra VCT Norway AS**  
**over avgjørelse om strykning av produkt fra basisutvalget**

Den 17. juni 2021 ble det holdt møte i Nemnd for prøving av AS Vinmonopolets beslutninger om innkjøp mv. Deltakere var nestleder i Arbeidsretten Tron Løkken Sundet (leder), advokat Marianne Hammer, advokat Hilde J. Mjønes Nielsen og fagdirektør Odd Anders Nilsen.

\*\*\*

Artikkel nr. 11607401 Emiliana Adobe Rosé ble lansert i basisutvalget 6. mars 2020 på grunnlag av innkjøp etter konkurranse. Artikkelen ble målt og vurdert på ordinær måte i måleperioden 4. september 2020–28. februar 2021. I måleperioden solgte artikkelen 5 254,50 liter og ble rangert som nummer 6 i produktgruppen Rosévin, prissegment 1, som hadde et styringstall på 5. Artikkelen rangert som nummer 5 hadde solgt 6 486,75 liter.

Leverandøren VCT Norway AS ble i e-post 22. mars 2021 meddelt at artikkelen var rangert utenfor styringstallet, og ville bli strøket og overført til bestillingsutvalget med virkning fra 24. mai 2021.

VCT Norway AS har 11. april 2021 klaget på avgjørelsen. Klagen er rettidig.

**Klagerens hovedanførsler:**

Beslutning om strykning må oppheves. Vinmonopolet har gitt klager for kort tid til å få lansert og omsatt produktet i produktgruppen. Produktet er en økologisk PET med pant, og det gikk med tid til transport fra Chile og godkjenning av Debio og Infinitum. Dette førte til at produktet ikke rakk lanseringen i mars 2020, og fikk utsatt lansering til mai. Måleperioden startet derfor 4 måneder etter lansering, i stedet for 6 måneder. Koronapandemien har gjort lanseringen vanskelig, blant annet som følge av stengte grenser og stopp i taxfree-salget. Det har derfor vært vanskelig å estimere tilstrekkelig volum på bestillingene, noe som førte til utsolgsituasjoner i juli, august og store deler av september. Produktet burde ha fått mer tid fra innkjøp til lansering, samt fredningstid på 6 måneder for å sikre lager og tilgjengelighet, før måleperioden startet.

Vinmonopolets begrunnelse for å redusere styringstallet er ikke tilstrekkelig. Det kan reises spørsmål om justeringen av styringstallet henger sammen med utsolgsituasjonen for Emiliana

Adobe Rosé. Styringsstallet kan ikke nedjusteres når utsolgtgraden ikke er reell. Det må ved fastsettelsen av styringsstall ses hen til viktigheten av å lansere miljøsmarte produkter (PET-flaske) for å ivareta miljøhensyn. Et styringsstall som settes for lavt, vil ramme rosé på PET-flasker, og gjør det vanskelig for Vinmonopolet å nå klimamålet om å redusere CO2-utslipp. Det bør også tas hensyn til at omsetningen av rosé på PET-flasker synes å være lavere i oktober–desember. Da rosé ofte lanseres i mars med siste evalueringsmåned i februar, vil en slik måleperiode virke ugunstig.

**Vinmonopolets hovedanførsler:**

Artikkel nr. 11607401 Emiliana Adobe Rosé fulgte innkjøpsløpet for oversjøiske produkter. Akseptbrev ble sendt til klager 11 dager før akseptfristen. Dette skal gi tilstrekkelig tid til at leverandøren kan innhente alle nødvendige godkjenninger, samt frakte lasten til Europa. Fristen som ble satt er i samsvar med prosess og frister for alle oversjøiske produkter.

Grossist lagerbekreftet ikke produktet innen fristen den 1. i måneden før lansering. Lanseringen ble derfor utsatt til mai 2020. Dette er i samsvar med gjeldende rutiner. Utsatt lansering forkorter fredningstiden på 12 måneder, slik at første tellende måleperiode begynner 4 måneder etter det faktiske lanseringstidspunktet. Måleperioden er uansett 6 måneder.

Milepælsplan med gjeldende frister for hele lanseringsperioden, i dette tilfellet 1. halvår 2020, ble publisert på Leverandørportalen samtidig med lanseringsplanen, dvs. 1. juni 2019. Fristene var kjent i god tid, nettopp for å sikre grossistenes mulighet til å planlegge fremover i tid. Konkurransen er likebehandlende, og samme betingelser gjelder for alle grossister. I dette tilfellet har grossist inngitt et bindende tilbud og fått aksept for dette i god tid før akseptfristen. Da produktet ikke var lagerbekreftet i Norge innen fristen, fikk det utsatt lansering til neste lanseringsvindu. Produktet ble målt på normal måte i måleperioden 4. september 2020–28. februar 2021, og oppnådde ikke tilstrekkelig salg. Det hefter ingen feil ved denne målingen.

Det er heller ikke grunnlag for å sette til side beslutningen om fastsettelse av styringsstall. Styringsstallet fastsettes på grunnlag av blant annet endring i salgspris, endring i sukkerinnhold, avgiftsendringer, valutasingninger og markedsutvikling i hver enkelt produktgruppe, samt innslagspunktet for de ulike segmentene. Samtidig må Vinmonopolet se på totalbildet og alle segmentene samlet i forhold til det totale styringsstallet for basisutvalget. Enkeltartikler er ikke styrende for fastsettingen av styringsstall; det er helheten med behov, utvikling og innslagspunkt som er styrende.

Styringsstallet for rosévin 0–124,99 gikk fra 6 til 5 med virkning fra mars 2021. Klagers produkt ville ha ligget an til strykning med mindre styringsstallet hadde blitt utvidet ytterligere. Produktet ble lansert med to måneders forsinkelse i mai 2020, og den praktiske fredningstiden på ti måneder varte dermed fra mai 2020 til og med februar 2021. Det er grossistens ansvar og risiko å sikre god tilgjengelighet og unngå utsolgtssituasjoner i denne perioden. Distributør av slo ordrer på produktet i perioden 12. juli 2020 til 22. september 2020, noe som førte til manglende levering og utsolgtssituasjon fra leverandør. Mesteparten av utsolgtssituasjonen klager refererer til, knytter seg til tiden før måleperioden startet, og rammet i hovedsak salget i

juni, august og mesteparten av september 2020. Måleperioden startet 4. september 2020 og løp til 28. februar 2021. Tidligste tidspunkt for strykning av produktet er fra mars 2021 på grunn av fredningstiden.

Det er ikke grunnlag for å justere gruppen på grunn av salget for rosévin på PET-flasker. Salgsutviklingen for rosévin totalt sett og for rosévin på PET-flasker er tilnærmet lik salgsutvikling i de seks månedene i måleperioden. Alt salg av rosévin vil variere etter sesong. Det vil si at sesongvariasjonen gjelder samtlige produkter i dette segmentet, og produktene konkurrerer dermed på like vilkår. Det er den reelle omsetningen som skal legges til grunn, og det skal ikke kompenseres for sesongprodukter.

### **Klagenemndas merknader**

Regler om strykning av produkter i basisutvalget er inntatt i innkjøpsforskriften (FOR-1993-12-21-1218) § 2-2 og § 6-2 jf. innkjøpsreglementet punkt 3.1. Innkjøpsforskriften § 2-2 første og andre ledd lyder:

**«Vinmonopolets basis- og partiutvalg skal være sammensatt ut fra en vurdering av faktisk og forventet etterspørsel. Vareutvalget i de enkelte utsalg skal tilpasses etterspørselen i utsalgenes salgsområder. Andre produkter fra basis- og partiutvalget som utsalget ikke leverer, skal kunne leveres etter bestilling.**

**Basisutvalget inndeles i produktgrupper. For hver produktgruppe fastsettes et maksimalt antall produkter. Produktgruppene skal bestå av produktene med høyest salgsvolum på landsbasis målt i en nærmere bestemt periode. Dersom et produkt ikke har solgt tilstrekkelig til å opprettholde plassen i produktgruppen, skal videre innkjøp av produktet stanses.»**

Nemnda har i flere avgjørelser understreket at bestemmelsene om strykning er absolutte og objektive, og ikke gir rom for skjønn. Et produkt kan likevel ikke strykes dersom det har skjedd feil ved salgsmålingen som har fått betydning for rangeringen. Det følger av nemndas praksis at utsolgtgrad er et forhold som kan ha påvirket salget og kan gi grunnlag for å sette til side avgjørelsen om strykning, jf. KVIN-2021-1 med videre henvisninger til praksis. Saken reiser også spørsmål om justering av styringstall.

#### *Utsolgt situasjonen*

Klager har anført at tiden som har gått med til bestilling og godkjenning av produktet, den forsinkede lanseringen og utfordringen med å tilpasse volumet på bestillingene, tilsier at produktet skulle fått mer tid fra innkjøp til lansering, og dermed når salgsmålingen skal begynne.

Klagers produkt ble kjøpt inn etter innkjøpskonkurranse. Akseptfristen var 15. oktober 2019. Vinmonopolets akseptbrev ble sendt til klager 4. oktober 2019, det vil si 11 dager før akseptfrist.

Transporttid fra Chile og prosessen med godkjenning fra Debio gjorde at lanseringstidspunkt ble utsatt til mai 2020. Måleperioden begynte under enhver omstendighet i september 2020, det vil si fire måneder etter lansering. Fredningstiden for produktet forskyves ikke, og det betyr reelt sett at det var kortere tid frem til tellende salgsmåling.

Klager har anført at det i dette tilfellet var nødvendig med mer tid til forberedelse av lansering. Det er vist til en rekke forhold som har gjort det vanskelig å estimere tilstrekkelig volum, og dermed påvirket varetilgjengeligheten. Vinmonopolet har påpekt at problemene med varetilgjengelighet var i juli og august, og deler av september. Salgsmålingen begynte 4. september 2020. Det har derfor vært lav varetilgjengelighet i begrensede deler av måleperioden.

Nemnda forstår klagers anførsler slik at det gjøres gjeldende at milepælsplanen som gjelder for innkjøpte produkter, skulle vært justert fordi det var behov for mer tid til transport og godkjenning av produktet. Det er vist til at klager måtte ta høyde for bulklevering til Europa, godkjenning av Debio og godkjenning av flasker/labels/lim osv. Det er også vist til at det var vanskelig å vurdere nødvendig volum på bestillingene på grunn av pandemien og følgene av den.

Vinmonopolet opplyser at milepælsplanen for lansering var kunngjort på Leverandørportalen, slik at alle leverandører kunne gjøre seg kjent med den. Det er også vist til at aksept ble gitt i god tid før utløpet av akseptfristen. Hensynet til like konkurransevilkår og likebehandling tilsier at milepælsplanen ikke fravikes i enkelttilfeller. På den andre siden betyr det også at det etter omstendighetene kan stride mot kravet til likebehandling å anvende den alminnelige milepælsplanen frem til lansering.

En leverandør må planlegge med utgangspunkt i milepælsplanen. Transport av oversjøiske produkter og prosessen med godkjenning vil ta tid, men det er ikke påvist forhold som gjør at det er grunnlag for å fravike milepælsplanen for klagers produkt. Fastsettelse av størrelsen på bestillingen hører under leverandørens skjønn, og vurderingen kan være vanskelig. Etter nemndas vurdering er det i dette tilfellet anført forhold som leverandøren må vurdere og ta hensyn til, og som er dennes risiko.

På denne bakgrunn gir utsolgs situasjonen ikke grunnlag for å sette til side beslutningen om strykning.

#### *Justering av styringstall*

Klager reiser spørsmål om holdbarheten av nedjusteringen av styringstallet for produktgruppen. Etter innkjøpsforskriften § 2-2 andre ledd jf. innkjøpsreglementet punkt 1.4 skal det fastsettes et styringstall. Fastsettelse av styringstall hører under Vinmonopolets forretningsmessige skjønn, og kan i utgangspunktet ikke prøves av nemnda, jf. nemndsforskriften § 3 andre ledd. Nemnda kan likevel prøve om det er lagt vekt på utenforliggende hensyn, om det foreligger usaklig forskjellsbehandling og om skjønnsutøvelsen er åpenbart urimelig, jf. KVIN-2020-6, KVIN-2020-11 og KVIN-2021-3.

Vinmonopolet har redegjort for de momenter som inngår i vurderingen av styringstallet og om det bør justeres. Styringstallet fastsettes på grunnlag av endringer i salgspris, sukkerinnhold og avgifter, valutasvingninger, markedsutviklingen i hver enkelt produktgruppe og innslagspunktet for de ulike segmentene. De ulike segmentene ses i sammenheng. Prinsippet

om likebehandling tilsier at enkeltartikler ikke kan være styrende for fastsettingen av styringstallet.

Vinmonopolet har opplyst at justeringen av styringstall bygget på at det var stor avstand i innslagspunktet mellom produktene rangert som nummer 5 (6 487 liter) og 6 (5255 liter). Ved denne justeringen ble innslagspunktet satt ved produkter som solgte mer enn 6 000 liter. Den relative forskjellen mellom volumet på salg av produkter er et saklig moment, og nemnda kan ikke prøve Vinmonopolets konkrete vurdering. En forskjell på 1232 liter er ikke ubetydelig. Justeringen fremstår derfor ikke som åpenbart urimelig. En justering for å ta høyde for den konkrete utsolgtssituasjonen for klagers produkt ville imidlertid støte an mot hensynet til likebehandling etter innkjøpsforskriften § 1-1. Nemnda kan heller ikke se at det er sannsynliggjort at justeringen konkret er rettet mot klagers produkt.

Avgjørelsen er enstemmig.

### **S l u t n i n g:**

Klagen tas ikke til følge.

Tron Løkken Sundet

Marianne Hammer

Hilde J. Mjønes Nielsen

Odd Anders Nilsen

Avgjørelsen er godkjent i henhold til interne rutiner, og sendes ut uten signaturer fra den samlede nemnda.