

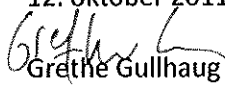
**Nemnd for prøving av AS Vinmonopolets beslutninger om innkjøp mv**

Likelydende brev til:

- AS Vinmonopolet, Postboks 6953, St. Olavsplass, 0130 Oslo
- Trans Nordic Selection AS, Karenslyst alle' 4, N0278 Oslo

Vedlagt følger avgjørelse i sak 8/2011

12. oktober 2011

  
Grethe Gullhaug  
Leder

Saken gjelder klage fra Trans Nordic Selections AS vedrørende Vinmonopolets sortimentsinndeling i basisutvalget. Klager hevder at Vinmonopolet skulle ha endret sortimentet for produktet 1546906 Conte Ricci Barbera fra basisutvalget/kategori 5 til et sortiment med større distribusjon.

Nemnda kom til at den sortimentsendring Vinmonopolet hadde fattet vedrørende klagers produkt, og som nemnda vurderte som en beslutning om Vinmonopolets innkjøp, måtte oppheves fordi beslutningen var i strid med mot reglene i innkjøpsforskriften § 2-2, jf. § 1-1.

---

År 2011 den 30. september ble det holdt møte i nemnd for prøving av AS Vinmonopolets beslutninger om innkjøp mv.

Til stede: Advokat Grethe Gullhaug (leder), kommunaldirektør Nils Holm, siviløkonom Else Frislid og advokat Odd Anders Nilsen.

**Sak 8/2011: Klage fra Trans Nordic Selections AS over at produktet 1546906 Conte Ricci Barbera ikke har fått utvidet distribusjon i forbindelse med de sortimentsendringer i basisutvalget som ble innført med virkning fra 1. juni 2011.**

Produktet 1546906 Conte Ricci Barbera rød BIB 3 liter, ble lansert i testutvalget 12. januar 2008, og ble ved testperiodens utløp 15. juli 2008 overført til basisutvalget.

Klagen gjelder det forhold at produktet ikke fikk utvidet distribusjon i forbindelse med de sortimentsendringer i basisutvalget som ble innført med virkning fra 1. juni i år.

Både klagen fra Trans Nordic Selections AS av 26. mai 2011, som er inngitt rettidig, og klagers tilleggsmerknader av 7. juli 2011, er omfattende. Det samme er Vinmonopolets tilsvare. I tillegg til tilsvaret har Vinmonopolet inngitt en kort kommentar til klagers siste skriv som er datert 21. juli 2011.

Nemnda har funnet det hensiktsmessig å presentere rammene for klagesaken nærmere her innledningsvis, dvs. før klager og innklagedes anførsler presenteres:

- Vinmonopolets butikker er inndelt i 6 butikkategorier, fra kategori 2 til kategori 7. Butikkategoriene 6 og 7 er fullsortimentsbutikker, mens butikkategori 2 har det minste produktutvalget.
- Vinmonopolets produktutvalg omfatter basisutvalg, partiutvalg, tilleggsutvalg, testutvalg og bestillingsutvalg, jf. Innkjøpsforskriften § 1-4. I tillegg følger det av Innkjøpsforskriften §7-1 at vinmonopolets kunder har rett til å bestille produkter som ikke er representert i produktutvalget.
- Vinmonopolets basisutvalg er satt sammen av tre elementer: Sentralt basissortiment, valgfritt sortiment og lokalt sortiment.

- Det sentrale basissortimentet styres fra Vinmonopolet sentralt, og skal sikre et grunnleggende utvalg av produkter i alle butikkategorier. Sammensetningen i de to øvrigesortimentene styres av den enkelte butikk.
- Når et produkt er tatt inn i Vinmonopolets sentrale basissortiment vil distribusjonsomfanget til butikk være avhengig av i hvilken kategori i sortimentet produktet er plassert inn under. Denne fordelingen er, ifølge Vinmonopolets skriv datert 18. mars 2010, som følger:

*"Kategori 2 sortimentet består av 220 produkter valgt fra basisutvalget. Det sentrale basissortimentet i kategori 2 butikkene består av kategori 2 sortimentet.*

*Kategori 3 sortimentet består av 230 produkter valgt fra basisutvalget. Det sentrale basissortimentet i kategori 3 butikkene består av kategori 2 og 3 sortimentet, til sammen 450 produkter.*

*Kategori 4 sortimentet består av 200 produkter valgt fra basisutvalget. Det sentrale basissortimentet i kategori 4 butikker består av kategori 2, 3 og 4 sortimentet, til sammen 650 produkter.*

*Kategori 5 sortimentet består av 250 butikker valgt fra basisutvalget. Det sentrale basissortimentet i kategori 5 butikkene består av kategori 2,3, 4 og 5 sortimentet, til sammen 900 produkter.*

*De øvrige produktene i basisutvalget utgjør kategori 6 og 7 sortimentet."*

- Vinmonopolet evaluerer sortimentstilhørigheten innenfor det sentrale basissortimentet to ganger i året, og eventuelle endringer gjøres med virkning fra hhv. 1. mai og 1. november.
- I denne saken gjelder det endringer innenfor det sentrale basissortimentet med virkning fra 1. juni 2011 uten at dette forholdet har betydning for selve klagen.
- Den prosedyre som følges fra Vinmonopolets side ved sortimentsendringer innenfor det sentrale basissortimentet har ifølge Vinmonopolet vært forholdsvis lik siste 10 år, og prosedyren er nedfelt skriftlig. Siste skriftlige versjon er datert 18. mars 2010.
- Prosedyren er ikke inntatt i reglementet. Det er heller ikke vist til prosedyren i reglementet. Prosedyren for sortimentsendringer innenfor det sentrale basissortimentet er imidlertid tilgjengelig på Leverandørportalen. Pga. dataomlegginger var ikke det aktuelle skrivet tilgjengelig i perioden oktober 2010 – mai 2011.
- Da klagers produkt Conte Ricci Barbera ble overført til basisutvalget 15. juli 2008 ble produktet opprinnelig plassert i det sortiment/kategori med lavest distribusjon.
- Etter sortimentsendring i mai 2010 ble produktet overført til den kategori som har nest laveste distribusjon. Klager fikk dermed tilgang til flere butikkutsalg, men mener at det aktuelle produktet som denne saken gjelder skulle ha vært gitt ytterligere utvidet distribusjon.

- Klagers produkt er i tillegg representert i enkelte mindre butikker gjennom ordningene med lokalt sortiment og valgfritt sortiment. Det vil si at produktet er på finne på lokale lister som har blitt satt sammen at den enkelte butikk.
- Klagen fra Trans Nordic Selection AS gjelder kun Vinmonopolets sentrale basissortiment. Konkret gjelder klagen den prosedyre som Vinmonopolet følger ved sortimentsendringer Innenfor det sentrale basissortimentet, dvs. hvordan en grossist kan gå fra et sortiment med begrenset distribusjon til et sortiment med økt distribusjon.
- Sammensetningen av lokalt basissortiment og valgfritt basissortiment er dermed ikke er en del av klagen.

Klager gjør prinsipalt gjeldende at Vinmonopolets prosedyre for sortimentsendringer innenfor det sentrale basissortimentet mangler hjemmel, subsidiært at prosedyren bryter med Innkjøpsforskriften § 2-2 om å sikre tilgang for de produkter som objektivt sett har den høyest forventede etterspørselen.

Klager anfører i tillegg at prosedyren bryter med likehetsprinsippet i Innkjøpsforskriften § 1-1, samt at det forhold at prosedyren verken er beskrevet i Innkjøpsreglementet eller Innkjøpsforskriften medfører at Vinmonopolets sortimentsendringer ikke blir gjennomført med tilstrekkelig åpenhet, transparens og etterprøvbarehet.

I forhold til selve produktet Conte Ricci Barbera rød BIB 3 liter gjør klager gjeldende at dette produktet, ut fra faktiske salgstall og forventet faktisk etterspørsel, burde ha blitt plassert i et sortiment innenfor det sentralt basisutvalg med bedre distribusjon enn det sortimentet klager faktisk ble plassert i.

Klageres anførsler er utdypet slik:

Nærmere om anførselen om Vinmonopolets prosedyrer for sortimentsplassering /-endring mangler hjemmel, eller i det minste bryter med Innkjøpsforskriften § 2-2:

Ifølge Innkjøpsforskriften § 2-2 første ledd skal sammensetningen av Vinmonopolets basisutvalg være basert på en vurdering av faktisk og forventet etterspørsel. Videre fremgår det av andre ledd i forskriften § 2-2 at sortimentets produktgrupper skal bestå av produktene med høyest salgsvolum på landsbasis.

Vinmonopolets prosedyre for sortimentsendringer innenfor det sentrale basisutvalget bryter med § 2-2 fordi den fremgangsmåte som anvendes ved sortimentsendringer ikke ivaretar at det er det/de produkter som må antas å ha den høyest forventede etterspørselen som sikres den beste distribusjonen.

Når Vinmonopolet skal legge til grunn faktisk og forventet etterspørsel lokalt i en gitt butikkategori for å bestemme sentralt butikksortiment for kategoriene 2-5, vil det være naturlig å se på hvor godt produktet selger ut av butikkene (i de respektive kategoriene), korrigert for antall butikker produktet er distribuert i (i de respektive kategorier).

Klager har trukket frem følgende eksempel:

*"Fo å illustrere dette poenget; et produkt A som selger for eksempel 15.000 liter i butikkategori 3 har en lavere forventet etterspørsel enn produkt B som selger 8.000 liter dersom produkt A er inne i for eksempel 46 kategori 3 butikker (i lokalt sortiment eller valgfritt sortiment) mens produkt B tilsvarende er inne i 13 butikker. I gjennomsnitt har produkt A solgt 326 liter pr. butikk mens produkt B har solgt 615 liter pr butikk. Forventet etterspørsel for produkt A ved en full distribusjon i alle kategori 3 butikkene vil derfor være ca. 22.000 liter (67 butikker x 326, mens produkt B må kunne forventes å selge ca 41.000 liter (67 x 615). Vinmonopolets metode for sammensetning av sentralt sortiment i kategori 2-5 slik det er beskrevet i deres tilsva vil likevel gå i favør av produkt A i dette eksempelet. Dette blir feil fordi produkt A altså har en lavere faktisk og forventet etterspørsel enn produkt B. Produkt B ville sannsynligvis solgt bedre enn produkt A. Eksempelt ovenfor er bygget på faktiske forhold der produkt A er 5776706 Ricossa Barbera og produkt B er 15469+6 Conte Ricci Piemonte Barbera. Perioden er fra og med desember 2010 til og med mars 2011, den aktuelle måleperioden som ble lagt til grunn for sortimentsbeslutningen."*

Intensjonen med Innkjøpsforskriftens § 2-2 første ledd må være at basisutvalget skal settes sammen ut fra strengt objektive kriterier der faktisk og forventet etterspørsel er avgjørende (for sammensetningen av det sentrale basisutvalget). Dette må tolkes slik at det er de produktene som selger best gitt like rammebetingelser (herunder like bred distribusjon innenfor en gitt butikkategori) som velges inn i sentral basisliste (også for sentral basisliste i kategori 2-5 butikker). Annerledes er det med valgfri basissortiment og lokalt sortiment, som skal bidra til å "tilpasse etterspørselen i utsalgenes salgsområder". Her må det nødvendigvis tillates større grad av skjønn fra de lokale butikksefene.

Nærmere om anførselen om at Vinmonopolets prosedyrer for sortimentsendring innenfor det sentrale basissortimentet ikke ivaretar likhetsprinsippet.

Av de 11 BiBene (rødvín + hvítvín) som ble løftet opp til større distribusjon fra 1. juni, kommer 9 (82%) fra grossister med mer enn 1,5 million liter omsetning i 2010. I tillegg til å bryte innkjøpsforskriftens § 1-1, bryter derfor praksisen indirekte med prinsippet om likebehandling.

Enkelte av disse produkter har, ut fra klagers beregninger, en lavere forventet etterspørsel enn produkter som ikke flyttes, og situasjonen synes dermed å være at Vinmonopolets prosedyrer rent faktisk bryter med likhetsprinsippet, hvilket igjen innebærer brudd på Innkjøpsforskriften §1-1. Konkret påpeker klager bl.a. følgende (hentet direkte fra tilleggskrivet av 7.juli 2011):

"

- a. Bestillingsutvalget (BU) og tilleggsutvalget (TU) som lokalt sortiment skal hentes fra, består av mer enn 10.000 forskjellige produkter. Det sler seg selv at dette er en umulig oppgave for den enkelte butikk å ha oversikt over alle tilgjengelige produkter. Prøvesmaking blir derfor av naturlige årsaker en måte å snevre inn utvalget på.

- b. *Vinmonopolet arrangerer to ganger i året nyhetssmakinger der alle grossistene inviteres til å delta, hvilket er vel og bra, men med også på disse arrangementene stilles det ut flere tusen produkter og de ansatte fra Vinmonopolet har ingen mulighet til å få en full oversikt i løpet av de to-tre timene de har anledning til å delta. Nyhetssmakingene er en bra ting, men har betydelige begrensninger og for de fleste som deltar er nyhetssmakingene først og fremst som en mulighet til å smake viner som allerede er bestemt skal lanseres i et av utvalgene. Derfor blir lokale smakinger, der noen få grossister deltar med en håndfull produkter viktige.*
- c. *Det er en like åpenbar kjensgjerning at grossistene har ulike forutsetninger for å arrangere lokale smakinger. Trans Nordic Selections har to ansatte og selv om vi i likhet med andre små grossister forsøker få til lokale smakinger, klarer vi selvfølgelig ikke å matche grossister som hører til de store grupperingene som Arcus, Solera og Altia, som etter eget sigende arrangerer 50 til 70 lokale smakinger i året. Selv om Vinmonopolets regler sier at det skal være minst to grossister til stede, omgås dette med at to grossister fra samme gruppering (samme eiere, felles salgsapparat, osv.) arrangerer smakingen, dermed har de store grupperingene en unik mulighet til å få sine produkter presentert og på den måten komme inn i butikkens innsnevrede liste over "kandidatprodukter".*
- d. *Vi har ikke argumentert med at det nødvendigvis er galt at utvelgelsen til lokalt sortiment foregår på denne måten, selv om de store grupperingene nok vil være overrepresentert i de lokale sortimentene. Med det vi derimot har påpekt er at dersom Vinmonopolet kun ser på totalt salg innenfor en butikkategori og ikke vurderer hvor mye produktet selger i den enkelte butikk når de setter sammen sentralt basissortiment i kategori 2-5, så vil det være en tendens til at de store grupperingene får en fordel også i basissortimentet. Og det er dette vi mener bryter med likhetsprinsippet. "*

Klager presiserer at det ikke anføres at verken Vinmonopolet eller grossister opptre i strid med Vinmonopolets etiske regelverk.

Nærmere om anførselen om at Vinmonopolets prosedyrer for sortimentsendringer innenfor det sentrale basissortimentet mangler åpenhet, transparens og etterprøvbarehet.

Sortimentstilhørighet har betydning for grossistenes salg og distribusjon. Det er ca. 60 kategori 6- og 7-butikker og ca. 200 butikker i kategori 2-5. Dette understreker viktigheten av at basislistens kategori 2-5 styres etter innkjøpsforskriften.

Vinmonopolets prosedyrer for sortimentsplassering / sortimentsendring er i dag verken beskrevet i Innkjøpsforskriften eller i innkjøpsreglementet. Av klagen fremgår det at Trans Nordic Selections AS pr. klagetidspunkt kun hadde kjennskap til prosedyren gjennom en muntlig redegjørelse fra Vinmonopolets side.

Nærmere om selve produktet Conte Ricci Barbera og kravet om rett til økt distribusjon:

Conte Ricci Barbera har hatt et stabilt salgsvolum helt fra det ble lansert i basisutvalget. Dette fremgår av rangeringsrapportene for Rødvin BIB, segment 2:

Desember 2008: Rangert som nr. 6 (rangeringstall 21)

Desember 2009: Rangert som nr. 5 (rangeringstall 29)

Desember 2010: Rangert som nr. 6 (Rangeringstall 29)

Også målt i totalt salgsvolum (alle butikker) har produktet, på tross av at Conte Ricci Barbera kun er listeført i basislistens kategori 5, og kun har vært inne i ca. 130 butikker (inkludert ca. 35 butikker som har produktet inne i lokal liste), vært blant de mest solgte produktene hos Vinmonopolet. Blant de andre 20 mest solgte rødvinene på BIB, er det ingen som har distribusjon i mindre enn 200 butikker. Conte Ricci Barbera selger mao. vesentlig mer enn andre produkter som har distribusjon i langt flere butikker. Derfor var det feil av Vinmonopolet å ikke øke distribusjonen for Conte Ricci Barbera, spesielt når andre produkt fikk økt distribusjon.

Vinmonopolet opprettholder beslutningen om å ikke endre sortimentstilhørighet for 1546906 Conte Ricci Barbera. Dette begrunnes med at Vinmonopolets strategiske valg av metode for sortimentsjusteringer sikrer innkjøpsforskriftens krav til etterspørsel i de ulike utsalgenes salgsområder i samsvar med innkjøpsforskriften, og at metoden sikrer tilstrekkelig bredde i det faste sortimentet og er likebehandlende.

Sortimentsendringer ligger innenfor Vinmonopolets forretningsmessige skjønn, men innkjøpsforskriften angir rammen for hvordan dette skjønnes utøves, jf nemndsforskriften § 3-3 annet ledd, hvor det fremgår.

*Nemnda kan ikke prøve det forretningsmessige skjønn som AS Vinmonopolets utøver innenfor forskriftens rammer*

i og med at klagen omhandler Vinmonopolets sortimentsendringer, redegjøres det derfor innledningsvis for Vinmonopolets butikker og de ulike sortimenter.

Vinmonopolets butikker er i henhold til gjeldene sortimentsstrategi delt inn i 6 kategorier med tilhørende sortiment tilpasset butikkens salg, fleksibilitet for butikkene og bedre mulighet for å tilby det kundene faktisk etterspør. Butikkens plassering i kategorier er avhengig av salgsvolum per kalenderår.

Sortimentet i Vinmonopolets butikker består av tre elementer. Sentralt basissortiment styres sentralt og skal sikre grunnleggende utvalg av produkter i alle butikkategorier. Gjennom dette sortimentet skal kundene oppleve et kjedekonsept av produkter de finner i alle Vinmonopolets butikker. I tillegg har butikkene to valgfrie elementer – valgfritt basissortiment eller lokalt sortiment - som styres lokalt i butikk basert på tydelige retningslinjer og et begrenset antall per butikkategori. Valgfritt basissortiment skal primært dekke butikkens lokale etterspørsel innen særskilte kategorier, sekundært etter særskilte produkter. Sortiment skal også dekkes sesongvariasjoner i etterspørsel utover nyhetene i sentral basissortiment. Produkter til dette sortimentet hentest fra varer i sentralt

basisassortiment, og som ikke inngår i butikkategoriens sortiment. Lokalt sortiment skal gi bredde og dybde i butikkens produktutvalg gjennom å dekke lokal etterspørsel etter enkeltprodukter. Disse produktene hentes fra de øvrige utvalgene, bestillingsutvalget (BU) og tilleggsutvalget (TU) og testutvalget.

#### Sammensetning/justering av sortimentene i butikkategoriene 2-5 for produkter i basisutvalget

Det fremgår følgende av innkjøpsforskriften § 2-2 første ledd:

Vinmonopolets basis- og partiutvalg skal være sammensatt ut fra en vurdering av faktisk og forventet etterspørsel. Vareutvalget i det enkelte utvalg skal, ifølge forskriften, tilpasses etterspørselen i utvalgenes salgsområder, og det er derfor ikke riktig som klager hevder at Vinmonopolets praksis ikke har hjemmel og strider mot innkjøpsforskriften.

Det viktigste kriteriet som legges til grunn når Vinmonopolets endrer produktsortimentstilhørighet er salgsvolum i måleperioden. For å etterleve forskriftens annet punkt, er det salget i den respektive butikkategorien som legges til grunn, ikke produktets totalsalg.

Bakgrunnen for at salget i den respektive butikkategorien som legges til grunn er at etterspørselen/salget varierer mellom butikkategoriene (lokal etterspørsel). Vinmonopolet sikrer i størst mulig grad et etterspørselstyrt sortiment ved å sette sammen butikkenes sortiment basert på den respektive butikkategoriens salg. Sortimentet i f. eks butikkategori 2, som vi finner på små steder som Kautokeino, Vågå og Høyanger, har en etterspørsel etter andre produkter enn sortimentet og etterspørselen i butikker i de større byene.

Produkter som ikke er i butikkategoriens sentrale basisassortiment, men som kan vise til bra salg i de to valgfrie sortimentene (faktisk i mange sammenhenger større salg enn produkter i butikkategoriens faste sortiment), dokumenterer at det er en lokal etterspørsel etter produktet. Dette er produkter som i et lokalt etterspørselstyrt marked vil ha en naturlig plass i butikkategoriens sentrale basisassortiment. Og motsatt, produkter i sentralt basisassortiment som selger mindre enn produkter i valgfrie sortiment bør dermed erstattes av produkt som selger bedre i den respektive butikkategori, uavhengig av hvilket produkt som selger best på landsbasis, for i størst mulig sikre et etterspørselstyrt sortiment tilpasset utvalgenes salgsområde.

Det er for øvrig svært viktig for butikkene at butikkens sortiment settes sammen av den respektive butikkategoriens salg, og ikke basert på salget i de store butikkene, jf innkjøpsforskriften § 2-2 første ledd annet punkt.

#### Metode for justering av sortiment

Vinmonopolet evaluerer sortimentstilhørighet til alle produkter i sentralt basisassortiment to ganger i året, eventuelle endringer gjøres gjeldene fra 1. mai/1. november. Disse justeringene gjøres ved følgende grunner: for å sikre god bredde innefor alle kategorier, og for å sikre at sortimentene består av et riktig antall produkter – og at dette antallet er riktig



fordelt mellom kategoriene. Til dette arbeidet er det utarbeidet en metode som er skriftlig nedfelt ( vedlegg 3).

Metoden beskriver hvilke kriterier som skal legges til grunn for å vurdere/justere sortimentstilhørighet. Det at metodens følges sikre likebehandling. I rapportgrunnlaget fremkommer ikke hvilket grossist som har produktet. Metoden bygges på at butikkenes valgfrie sortiment er valgt ut fra lokal etterspørsel, slik Vinmonopolet er pålagt etter innkjøpsforskriften, se beskrivelse nedenfor.

Det viktigste kriteriet som legges til grunn, er som nevnt salgsvolum i den respektive butikkategori, i måleperioden som legges til grunn. Det vil si at dersom ett kategori 3 produkt selger lite kategori 3 i butikkene, vil produktet bli vurdert overført til butikkategori 4, 5 eller 6. Dersom ett kategori 4 produkt selger bra i kategori 3 butikkene vil produktet bli vurdert overført til butikkategori 3.

Selv om det er produktets salg i den respektive butikkategori som er førende, tas det også hensyn til produktenes salg på landsbasis – for å fange opp nye trender. Dette vil være aktuelt for eksempel helt nye typer produkter og ikke enkeltstående produkter i en etablert kategori rød BIB.

Tas det ensidig utgangspunkt i salgsvolum får Vinmonopolets butikker et sortiment bestående av de mest solgte produktene innenfor alle kategorier. Konsekvenser kan være at noen prisintervaller ikke er representert, eller mange like produkter innenfor enkelte distrikt/ subvaretyper. Alle butikkategoriene skal ha en god bredde i sortimentet.

Eventuelle skjevheter som oppstår med hensyn til bredde blir justert med bakgrunn i varefaglige vurderinger. Utover dette inngår også innspill fra kunder og butikkansatte i vurderinger. Utover dette inngår også innspill fra kunder og butikkansatte i vurderingen. I tillegg vil produkter som har vært mye utsolgt og har hatt lav leveringsevne bli vurdert for mindre distribusjon.

Denne metoden har vært benyttet i ca. 10 år. Metoden har vært noe justert underveis. Disse justeringene har i hovedsak vært at vi har endret tidspunktene for justeringene ( etter innspill fra butikkene), navn på butikkategoriene er endret (fra sortiment til kategori), antall produkter i hver butikkategori er endret( etter innføring av ny sortimentsstruktur), og det er tatt med at leveringsevne og lavfrekventandel også skal være vurderingskriterier.

Gjeldene metode og rutine er gyldig 18. mars 2010. Metoden har vært publisert på Ekstranett frem til oktober 2010. i forbindelse med overgang til ny sortimentsstruktur og nytt datasystem har metoden på grunn av en glipp ikke blitt publisert. Versjonen fra 18. mars 2010, er imidlertid nylig publisert i Leverandørportalen.

Justeringen per 1.juni skulle vært gjeldene fra 1. mai, men på bakgrunn av rapport- og analyseproblemer i SAP ble dette utsatt til 1.juni. Grossistene har vært informert om dette i Leverandørportalen.

Utvelgelsen til valgfri sortiment ( valgfritt basissortiment eller lokalt sortiment):

Vinmonopolets tilsvar inneholder en omfattende redegjørelse for utvelgelsen til valgfritt basissortiment og lokalt basissortiment. I og med at klager har avgrenset klagen til gjennomføringen av sortimentsendringer for det sentrale basissortimentet er det ikke nødvendig å angi disse anførselene.

#### Den konkrete justeringen

Salgstallene Trans Nordic oppgir i klagen er korrekte, men gjennomsnittsberegningen som de argumenterer for slår feil ut, fordi de ikke er knyttet til de respektive butikkategoriene som er målargumentet. Det er stor forskjell i etterspørsel i små og store butikker og mellom ulike regioner.

Begrunnelse for den konkrete justeringen som er foretatt i kategorien er at 5776706 Ricossa Barbera har i butikkategori 3 og 4 i måleperioden er svært godt salg i valgfritt sortiment( som er sammensatt på grunnlag av lokal etterspørsel). Dette produktet selger betydelig bedre enn produkter i butikkategoriens faste sortiment (sentralt basissortiment). I butikkategori 4 selger produktet i butikkategoriens faste sortiment ( sentralt basissortiment). I butikkategorien 4 selger produktet hele 22.000 liter i måleperioden. Til sammenligning selger 1546906 Conte Ricci Barbara vel 14.000 liter ( i butikkategori 3 henholdsvis 15.000 liter og 8.000 liter). Som Trans Nordic selv understreker er disse to produktene forholdsvis like, slik at det ikke er noen varefaglig grunn for å fravike salgstallene.

Nemnda har kommet til at klagen må tas til følge.

#### *Nemndas kompetanse:*

Nemnda kan ikke ta stilling til klagers konkrete krav om at Vinmonopolet må øke distribusjonen for Conte Ricci Barbera utover den sortimentsendring som ble gjort med virkning fra 1. juli i år. Dette spørsmålet hører inn under Vinmonopolets forretningsmessige skjønn, jf. nemndforskriften § 3, annet ledd.

Det ligger derimot innenfor Nemndas kompetanse å ta stilling til om den sortimentsendring Vinmonopolet har fattet vedrørende klagers produkt, og som nemnda vurderer som en beslutning om *Vinmonopolets innkjøp*, må oppheves fordi beslutningen strider mot reglene i innkjøpsforskriften, jf. § nemndforskriften 3, første ledd.

#### *Nemnda syn på Vinmonopolets beslutning:*

Etter nemndas syn må beslutningen om sortimentsendring vedrørende klagers produkt anses å være truffet i strid med reglene i innkjøpsforskriften § 2-2. For å begrunne dette standpunktet er det nødvendig først å knytte noen merknader de valgfrie sortimentene, herunder hvordan disse listene settes sammen:

Nemnda oppfatter det slik at Vinmonopolets grossister, gjennom bruk av lovlige virkemidler, har forholdsvis stor grad av innflytelse når det gjelder sammensetningen av de av valgfrie basissortimentene (lokalt sortiment og valgfritt sortiment). Nemnda oppfatter det videre slik at graden av innflytelse til en viss grad er avhenging av hvilke ressurser den enkelte grossist har tilgjengelig, for eksempel i hvilken grad grossisten kan tilby og gjennomføre lokale smakninger.

Basert på ovenstående er Nemnda derfor enig med klager i at det strider mot likhetsprinsippet når salgstall fra produkter med god representasjon i de valgfrie sortimentene trekkes inn i vurderingen av om det skal gjøres sortimentsendringer innenfor det sentrale basisutvalget, *samtidig* som Vinmonopolet ved slike beslutninger utelukkende foretar sine vurderinger ut fra salgsvolum i den respektive butikkategori.

Konsekvensen vil da kunne bli, slik tilfellet synes å være for klagers produkt, at grossister som tilbyr produkter som selger godt i fullsortimentsbutikker / butikkategori 6 og 7, men som i mindre grad er inne på basislister som er satt sammen av de enkelte butikker, har mindre mulighet for å få sine produkter inn i småbutikker, dvs. mindre mulighet for utvidet distribusjon, enn det den faktiske etterspørselen av det konkrete produktet skulle tilsi. Klager har vedlagt salgsstatistikker for sitt produkt som etter Nemndas syn underbygger dette.

De systemsvakheter klager har påpekt, og som denne klagen viser at kan føre til ulikebehandling av grossister, underbygger etter nemnda syn at metoden som anvendes ved sortimentsendringer er i strid med regelen i innkjøpsforskriften § 2-2, første ledd første setning om at basisutvalget "skal være sammensatt ut fra en vurdering av faktisk og forventet etterspørsel". Nemnda er altså ikke enig med Vinmonopolet i at denne fremgangsmåten for å regulere sammensetningen av det sentrale basissortimentet er nødvendig for å tilpasse vareutvalget i de enkelte utsalg til etterspørselen i utsalgenes salgsområder, slik forskriften § 2-2 første ledd annet punktum gir anvisning på

Når det gjelder klagers anførsel knyttet til at Vinmonopolets prosedyrer mangler transparens er nemnda også enig i at det ville være en fordel om prosedyren for sortimentsendringer for fremtiden tas inn i Vinmonopolets regelverk, eventuelt at det i regelverket tas inn en klar henvisning til den aktuelle prosedyre.

#### Slutning:

Vinmonopolets beslutning om sortimentstilhørighet innenfor basisutvalget oppheves.

  
Nils Holm

  
Grethe Gullhaug

  
Else Frislid

  
Odd Anders Nilsen