

Vergaderjaar 1996–1997

**24 707**

## **Nieuwe regels omtrent de economische mededinging (Mededingingswet)**

**Nr. 46**

### **BRIEF VAN DE MINISTER VAN ECONOMISCHE ZAKEN**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

's-Gravenhage, 18 juni 1997

Tijdens de mondelinge behandeling van het voorstel van wet, houdende nieuwe regels omtrent de economische mededinging (Mededingingswet) (kamerstukken II 1996/97, 24 707) heb ik toegezegd u door middel van een brief te informeren over **de vast te stellen vrijstellings-AMvB's** die tijdens dat mondelinge overleg aan de orde zijn geweest. In verband met die toezegging ga ik in deze brief in op:

- de vrijstellings-AMvB voor individuele verticale prijsbinding voor dagbladen;
- de vrijstellings-AMvB voor maximumprijsafspraken bij kortlopende reclame-acties en beperkte afnameverplichtingen binnen samenwerkingsverbanden van detaillisten.

Het is de bedoeling dat de ontwerp-AMvB's begin juli aan de Raad van State zullen worden gezonden in verband met de beoogde inwerking-treding met ingang van 1 januari 1998 van de Mededingingswet.

#### **1 Vrijstelling individuele verticale prijsbinding voor dagbladen**

Deze vrijstelling, die in het licht van de discussie met de Tweede Kamer over de Mededingingswet zal worden voorbereid, voorziet in de mogelijkheid voor een uitgever om tot 2003 individuele verticale prijsbinding toe te passen voor Nederlandstalige dagbladen. Deze vrijstelling van het in artikel 6 van de Mededingingswet opgenomen verbod op mededingingsafspraken zal gelden voor individuele verticale prijsbinding voor dagbladen, omdat die naar verwachting zal bijdragen aan de verbetering van de distributie van dagbladen in de losse verkoop, in het bijzonder in gebieden met een lage bevolkingsdichtheid. Dagbladen vormen een product dat door wederverkopers kan worden gebruikt om consumenten aan te trekken waardoor de wederverkopers ook andere producten dan dagbladen zouden kunnen verkopen. Een dagblad geldt in die optiek als «lokproduct». Zonder het bestaan van individuele verticale prijsbinding kunnen dagbladen door de wederverkoper gebruikt worden om zich ten aanzien van de prijs te profileren ten opzichte van andere wederverkopers die ook dagbladen in hun assortiment voeren. Een

wederverkoper van dagbladen kan in dat geval geneigd zijn zich te gaan richten op het aanbieden van de dagbladen die relatief veel verkocht worden en met de prijzen van die dagbladen gaan concurreren. Door zich in het bijzonder op dat marktsegment te richten, kunnen immers de meeste klanten naar de winkel getrokken worden. De kans lijkt aanwezig te zijn dat een wederverkoper in het geval waarin door een leverancier geen vaste prijs wordt voorgeschreven, zich meer gaat richten op de verkoop van de goedlopende en bekende dagbladtitels. Uiteindelijk kan dit leiden tot een kleiner titelaanbod door wederverkopers in de losse verkoop.

Bij andere producten dan dagbladen is het geenszins bezwaarlijk dat niet alle wederverkopers hetzelfde aanbod van producten kunnen aanbieden. Hoofregel is immers dat sprake is van een onbelemmerde marktwerking, waarbij de consument ten aanzien van de allocatie van het product een bepalende rol heeft. Slechts in uitzonderlijke situaties kan hiervan worden afgeweken. Ten aanzien van dagbladen heeft de overheid, anders dan bij andere producten, altijd een bepaalde verantwoordelijkheid gevoeld ten aanzien van een brede verkrijgbaarheid van dagbladtitels in de losse verkoop, ook in gebieden met een relatief lage bevolkingsdichtheid. Dagbladen spelen ter zake van de dagelijkse voorziening van nieuws, opinies en achtergronden als zodanig immers een belangrijke rol in de samenleving en zijn bovendien qua verschijningsvorm en verschijningsfrequentie unieke producten. Ook in een aantal andere Europese lidstaten (bijvoorbeeld de Bondsrepubliek Duitsland, België en Denemarken) bestaan daarom regelingen die vormen van verticale prijsbinding in de dagbladsector faciliteren. De vrijstelling zal betrekking hebben op overeenkomsten waarin de aan eindgebruikers in rekening te brengen prijzen voor dagbladen in een zogenaamde verticale relatie zijn geregeld. Het gaat daarbij om overeenkomsten tussen uitgevers en wederverkopers en, voor zover dat het geval is, om overeenkomsten tussen uitgevers en tussenhandelaren en tussen tussenhandelaren en wederverkopers. De vrijstelling zal gelden tot 2003. In de eerste plaats wordt daarmee de dagbladsector voldoende gelegenheid gegeven zich aan te passen aan nieuwe marktomstandigheden.

In de tweede plaats is de invulling van de verantwoordelijkheid van de overheid jegens de dagbladsector geen statisch gegeven, maar onderhevig aan dynamiek en deze invulling kan in de loop der tijd veranderen. De toekomst van de dagbladenmarkt wordt immers in sterke mate bepaald door technologische ontwikkelingen, waardoor de mediamarkt, inclusief het distributiesysteem, eveneens onderhevig is aan veranderingen en onder andere daardoor steeds internationaler zal worden. Het is van belang dat in de toekomst op deze veranderingen ingespeeld kan worden.

## **2 Samenwerkingsverbanden detaillisten**

### *2.1 Inleiding*

In mijn brief aan de voorzitter van uw kamer van 23 december 1996 (kamerstukken II 1996/97, 24 707, nr. 10) heb ik meegedeeld voornemens te zijn de vrijstelling te bevorderen van maximumprijzafspraken bij kortlopende reclame-acties binnen samenwerkingsverbanden van detaillisten. Tijdens de plenaire behandeling van het wetsvoorstel heb ik er voorts mee ingestemd om binnen dat soort organisaties ook afnameverplichtingen onder bepaalde voorwaarden vrij te stellen. Over de inhoud van deze vrijstelling heeft op ambtelijk niveau uitvoerig overleg plaatsgevonden met de detailhandel. Als primair focuspunt heeft daarbij gegolden de manier waarop het Bundeskartellamt in Duitsland tegen dergelijke regelingen aankijkt. Omdat daar geen sprake is van een vrijstelling, maar van een sinds ongeveer 1980 ontwikkelde beleidslijn,

biedt de Duitse praktijk onvoldoende houvast om de Nederlandse vrijstelling volledig daarop te enten. Daar komt nog bij dat de in de praktijk in Duitsland en in Nederland ontwikkelde samenwerkingsvormen verschillen laten zien. Daarom heb ik vooral geprobeerd zoveel mogelijk aan de gerechtvaardigde wensen van de detailhandel tegemoet te komen en de vrijstelling zo eenvoudig mogelijk te houden om de administratieve belasting voor het bedrijfsleven en voor de Nederlandse Mededingingsautoriteit tot een minimum te beperken. Anderzijds heb ik ook vastgehouden aan het uitgangspunt dat de mededinging op essentiële punten als prijsvorming, markttoetreding en keuze van leveranciers zoveel mogelijk in stand moet blijven. Daarbij zijn de opvattingen die verschillende leden van de Tweede Kamer tijdens de mondelinge behandeling van het wetsvoorstel naar voren hebben gebracht, voor mij richtinggevend geweest.

## *2.2 Algemeen*

Aangezien beide vrijstellingen zullen gelden voor zover zij worden toegepast binnen samenwerkingsverbanden van detaillisten, zullen die vrijstellingen in dezelfde algemene maatregel van bestuur worden geregeld. De vrijstelling zal alleen betrekking hebben op overeenkomsten tussen een zelfstandige detaillist en een andere onderneming of een ondernemersvereniging, waarin verplichtingen zijn opgenomen, zoals die voorkomen in de EG-vrijstelling voor franchise-overeenkomsten en het Besluit horizontale prijsbinding. Uitgangspunt daarbij is dat de vrijstellings-AMvB niet alleen op franchise-organisaties van toepassing moet zijn, maar ook op organisaties van een groothandel met zijn vrijwillig filiaalbedrijven en inkoopcombinaties, omdat die ook met franchise vergelijkbare winkelformules toepassen. Voorts zal de vrijstelling alleen van toepassing zijn, als de verplichting zich te houden aan bepaalde maximumprijzen en de verplichting tot het afnemen van goederen gelden voor detaillisten, dat wil zeggen ondernemingen die goederen leveren aan eindgebruikers. De vrijstelling is immers bedoeld om de concurrentiepositie van zelfstandige detaillisten te versterken.

## *2.3 Maximumprijfsafspraken bij kortlopende reclame-acties*

De vrijstelling zal alleen gelden voor overeenkomsten waarbij een aangesloten detaillist zich jegens de andere onderneming (franchisegever of groothandel) of de ondernemersvereniging (inkoopcombinatie) verplicht voor de in de desbetreffende reclame-actie aan te bieden goederen of diensten geen hogere prijzen te berekenen dan in die overeenkomst zijn aangegeven. De gedachte is dat het voor het functioneren van een reclame-actie nodig is van de goederen waarvoor reclame wordt gemaakt, ook de prijzen te kunnen noemen. Juist de prijzen zijn een belangrijk element bij reclame-acties. Het is daarbij van belang dat de aan een reclame-actie deelnemende detaillisten niet hogere prijzen gaan berekenen dan die welke in de reclame-actie zijn vermeld. Daartoe is het evenwel voldoende als de mogelijkheid bestaat die detaillisten aan maximumprijzen te binden. Ik sluit daarbij aan bij de opmerkingen van verschillende leden van de Tweede Kamer, die opmerkten dat detaillisten altijd vrij moeten zijn om lagere prijzen te berekenen.

De reclame-actie zal moeten voldoen aan de volgende criteria:

- a. de reclame-actie moet door het samenwerkingsverband voor de aangesloten detaillisten gezamenlijk zijn georganiseerd;
- b. die reclame-acties mogen niet langer duren dan acht weken. Een beperking van de tijdsduur van reclame-acties is nodig om te voorkomen dat van de vrijstelling oneigenlijk gebruik wordt gemaakt door in feite

permanente prijsafspraken te maken. De duur van reclame-acties verschilt sterk per bedrijfssector en kan variëren van een paar dagen of een week tot meer dan zestig dagen. Differentiëren naar bedrijfssectoren zou de vrijstelling alleen maar ingewikkelder en moeilijker handhaafbaar maken. De sector is met mij van mening dat met de termijn van ten hoogste acht weken de detailhandel in al haar geledingen in ruime mate wordt tegemoet gekomen;

c. die reclame-acties mogen betrekking hebben op ten hoogste 5% van het assortiment dat door de franchisegener, de groothandel of de inkoopcombinatie wordt aangeboden aan een aangesloten detaillist wordt aangeboden. Ook deze beperking is van belang om oneigenlijk gebruik van de vrijstelling te voorkomen. Omdat ook de omvang van het assortiment dat een detaillist voert sterk verschilt per bedrijfssector, is gekozen voor een percentage. Het gekozen percentage is voldoende ruim om allerlei bedrijfssectoren de mogelijkheid te bieden reclame te voeren voor een redelijk aantal artikelen.

#### *2.4 Afnameverplichtingen*

De vrijstelling zal gelden voor overeenkomsten, waarbij de bij een samenwerkingsverband aangesloten detaillist de verplichting op zich neemt goederen af te nemen bij de andere onderneming, bij de desbetreffende ondernemersvereniging of bij een door die ondernemersvereniging aangewezen onderneming. Die overeenkomsten zullen aan de volgende voorwaarden moeten voldoen:

a. de verplichting geldt als zekerheidstelling in verband met financiële verplichtingen van de detaillist ter zake van de exploitatie van een onderneming, jegens de franchisegever, groothandel of inkoopcombinatie uit hoofde van een huur-, of kredietovereenkomst of een overeenkomst tot zekerheidstelling ten behoeve van een derde. Hierbij is rekening gehouden met in beginsel alle vormen waarin die andere onderneming of de ondernemersvereniging aan een aangesloten detaillist faciliteiten kan verschaffen ter zake van de exploitatie van diens onderneming.

b. de verplichting geldt voor ten hoogste tien jaar. Met het oog op de mogelijkheid van toetreding van nieuwe leveranciers en de vrijheid voor detaillisten om hun leveranciers te kiezen is het noodzakelijk aan de duur van de afnameverplichtingen een absolute grens te stellen. Ik heb getracht rekening te houden met de duur van veel van de overeenkomsten ter zekerheidstelling waarvan de afnameverplichting geldt. Het is mogelijk om, als na afloop van die termijn dezelfde onderneming of ondernemersvereniging aan dezelfde detaillist een nieuwe financiële voorziening biedt, daarvoor wederom voor de periode van ten hoogste tien jaar een afnameverplichting aan te gaan. Bovendien heb ik na rijp beraad besloten af te zien van enige bepaling, waarbij de afnameverplichting geleidelijk moet worden verminderd al naar gelang de omvang van de geboden financiële voorziening afneemt. Niet alleen zou een dergelijke bepaling vrij ingewikkeld worden en tot onduidelijkheid aanleiding geven, maar ook zou zij feitelijk heel moeilijk te handhaven zijn.

c. de verplichting heeft betrekking op ten hoogste 60% van de goederen die de detaillist aanbiedt aan eindgebruikers. Juist vanwege de soepelheid die wordt betracht op het punt van de beperking van de tijdsduur van afnameverplichtingen, en dan vooral het laten vallen van de proportionaliteitseis, is het van groot belang dat de desbetreffende detaillisten gedurende de looptijd van hun afnameverplichting voor een substantieel deel van hun assortiment vrij blijven om hun leveranciers te kiezen.

d. voor de verplicht af te nemen goederen mogen geen minder gunstige prijzen of leveringsvoorwaarden gelden dan die waarvoor die andere onderneming, ondernemersvereniging of door die ondernemersvereniging aangewezen onderneming gelijke goederen levert aan detaillisten die jegens haar geen afnameverplichting hebben. Deze bepaling is bedoeld ter bescherming van de detaillist die een afnameverplichting is aangegaan.

De vrijstellings-AMvB zal voorzien in een overgangsbepaling. Volgens die bepaling zal voor samenwerkingsovereenkomsten die zijn aangegaan voor 1 juni 1997, de beperking van de afnameverplichting tot 60% van de goederen die de detaillist aanbiedt aan eindgebruikers, niet gelden tot twee jaar na de inwerkingtreding van de vrijstellings-AMvB. De overige voorwaarden met betrekking tot afnameverplichtingen gelden overigens voor die overeenkomsten wel. Ik acht een dergelijke overgangsbepaling wenselijk om de betrokken ondernemingen de gelegenheid te geven zich aan te passen aan de nieuwe situatie die zal ontstaan als de vrijstellings-AMvB in werking is getreden.

Met de vrijstellings-AMvB's zoals ik die in deze brief heb beschreven, zal naar mijn mening een adequate invulling worden gegeven aan de toezeggingen die ik tijdens de plenaire behandeling van het wetsvoorsel heb gedaan. Ik ga ervan uit dat, indien ik voor vrijdag 27 juni aanstaande geen reactie van u heb ontvangen, u zich met die vrijstellings-AMvB's kunt verenigen.

De Minister van Economische Zaken,  
G. J. Wijers