



Position paper handelspraktijken Detailhandel Nederland

Europese code leidend maken bij Nederlandse discussie handelspraktijken

‘Naar een gedragscode handelspraktijken?’ Deze vraag stond in het najaar van 2011 centraal in een onderzoeksproject dat Tilburg University uitvoerde in opdracht van het ministerie van Economische Zaken. Op 2 december vond in Den Haag een afsluitende werkconferentie plaats, waaraan zowel vertegenwoordigers van producenten en winkelbedrijven deelnamen.

Ten behoeve van deze afsluitende conferentie stelde Detailhandel Nederland dit position paper op. Detailhandel Nederland behartigt de collectieve sociale en economische belangen van alle 110.000 Nederlandse winkelbedrijven en spreekt aldus namens zowel winkeliers in het midden- en kleinbedrijf (MKB) als in het grootwinkelbedrijf (GWB).

Voor Detailhandel Nederland is het geen uitgemaakte zaak dat er in Nederland een code voor business-to-business relaties zou moeten komen. Als deze al ingevoerd zou moeten worden, is het vooreerst zaak dat zo’n code naadloos aansluit op wat momenteel Europees wordt ontwikkeld. De reden daartoe is dat veel Nederlandse winkelbedrijven over de grens inkopen. Ook hebben diverse winkelbedrijven vestigingen in meerdere EU-lidstaten. Het is dan veel praktischer om met één set regels voor handelspraktijken rekening te moeten houden. Bovendien zou volgens Detailhandel Nederland voorkomen moeten worden dat er op dit vlak Europees een ongelijk speelveld zou ontstaan, wat tot concurrentieverstorende effecten leidt.

De Nederlandse detailhandel stelt vast dat er geen onderzoek is dat aantoont dat er noodzaak tot een code is. In dit verband is vooral relevant het onderzoek aan te halen dat het EIM in opdracht van het ministerie van Economische Zaken in 2009 heeft gedaan naar aard en omvang van inkoopmacht. Daarbij zijn in de termen van EIM percepties van leveranciers onderzocht. Praktisch de enige harde conclusie die dit onderzoek oplevert, is dat er onder leveranciers eensgezindheid bestaat dat de verhoudingen tussen hen en hun afnemers harder



zijn geworden. Dat het onderzoek werd gehouden gedurende de kredietcrisis is daarvoor een belangrijke verklaring.

Opvallend is dat ondanks dit slechte economische klimaat, volgens het EIM een groot deel van de leveranciers zegt een sterke tot zeer sterke positie te hebben ten opzichte van belangrijke afnemers (57-74%). Het onderzoeksbureau wijst erop dat met name in branches waarin leveranciers zichzelf geen sterke positie toedichten er sprake is van een sterke versnippering van de branche en veel overcapaciteit. De vraag is legitiem of een code voor business-to-business relaties hiervoor de oplossing zou moeten zijn. Is het niet beter dat in deze segmenten de markt zijn werk doet? Tegen deze achtergrond ziet Detailhandel Nederland meer soelaas in intensievere samenwerking in de distributieketen om de consument beter te bedienen en om bijvoorbeeld efficiencywinsten te boeken op het vlak van logistiek en verpakkingen. Dit is een meer offensieve en waarschijnlijk ook economisch meer kansrijke aanpak, dan een code in te voeren.

De vraag is verder van belang of een code daadwerkelijk zou werken. Toenmalig minister van Economische Zaken, Maria van der Hoeven, schreef op 17 december 2009 naar aanleiding van het EIM onderzoek aan de Tweede Kamer dat leveranciers als probleem signaleren dat ze terugdeinzen de nakoming van contractuele afspraken af te dwingen uit vrees goede klanten te verliezen. Dit raakt aan de algemeen geldende waarheid dat het hard optreden tegen zakelijke partners niet zonder risico is, zeker een rechtsgang zal het einde van de commerciële relatie kunnen betekenen. Dit geldt niet alleen voor leveranciers. Ook winkels die afwegen een contractuele afspraak met een leverancier af te dwingen, moeten zich van dergelijke afbreukrisico's bewust zijn.

De vraag is of een code hier daadwerkelijk wat in zou veranderen. Tegen deze achtergrond is het Britse systeem van een code voor contractuele relaties tussen de grootste supermarkten en hun leveranciers relevant. Navraag leert dat deze code nauwelijks wordt gebruikt. In de schaars voorkomende gevallen dat dit wel gebeurt, gaat het er doorgaans om dat leveranciers zich willen verzetten tegen 'delisting', oftewel het beëindigen van de contractuele relatie. De vraag is wat in dit verband de toegevoegde waarde van een code is. Leveranciers en afnemers veranderen in de praktijk regelmatig van contractuele partners. Als hierover



geschillen ontstaan, kan in Nederland naar de rechter worden gestapt. De drempel hiervoor is relatief laag, want in dergelijke gevallen staat de commerciële relatie per definitie op het spel.

Detailhandel Nederland hecht eraan over het thema van codificering van handelspraktijken constructief overleg te voeren. Daarbij is van belang dat er geen nuances uit het oog worden verloren. Zo wordt in deze discussie vrijwel nooit gesproken over de verkoopmacht van grote toeleveranciers ten opzichte van winkelbedrijven. Ook komt zelden aan bod dat macht in de keten niet enkel een kwestie is van grootte. Zo zijn er kleine leveranciers met een zeer sterke positie in de keten omdat ze producten op de markt brengen die afnemers koste wat het kost in hun assortiment moeten hebben, omdat anders veel consumenten simpelweg elders zouden gaan winkelen.

Detailhandel Nederland vindt het tenslotte van belang dat mocht er in Nederland een code moeten komen, deze bij voorkeur een brede strekking heeft en derhalve geldt voor alle business-to-business relaties, inclusief de relaties tussen bedrijven en overheden.

Leidschendam, 1 december 2011

Voor vragen en/of opmerkingen kunt U contact opnemen met Hendrik Jan van Oostrum van het Brusselse bureau van Detailhandel Nederland op 0032-2-7365830 of 0032-4-94334166