

Parallellimport till Sverige - effekter av Silhouette-domen

Konkurrensverket januari 1999

Utredare: Pernilla Larsson, Konkurrensverket. Delrapporter har utarbetats av PeHe Konsult HB (Åke Hallman och Lena Magnusson) och AB Handelns Utredningsinstitut (Stefan Fölster och Peter Nygren).

ISSN 1401-8438

AWJ Kunskapsföretaget AB, Nyköping 1999

Förord

Under sommaren 1998 meddelade EG-domstolen dom i det s.k. Silhouette-målet rörande konsumtion av varumärkesrätt. Innebörden av domen är, något förenklat, att parallellimport från ett annat land än ett land inom EES-området, dvs. medlemsländerna i EU samt Norge, Liechtenstein och Island, inte längre är tillåten. Där- emot är parallellimport inom EES-området i högsta grad både tillåten och eftersträvansvärd. Förekomsten av parallellimport, som har sitt upphov i och på sikt suddar ut prisskillnader mellan olika marknader, anses vara en del av förutsättningarna för en väl fungerande inre marknad.

Mot bakgrund av EG-domstolens dom uppdrog regeringen åt Kon- kurrensverket att kartlägga omfattningen av parallellimporten till Sverige från olika länder och effekterna av Silhouette-domen på pris- och konkurrensförhållanden.

Som underlag för utredningen har Konkurrensverket låtit genom- föra två konsultstudier av Åke Hallman och Lena Magnusson (PeHe Konsult HB) respektive Stefan Fölster och Peter Nygren (AB Handels Utredningsinstitut). De slutsatser och bedömningar som görs i rapporten är verkets egna. Konsultstudierna återfinns i sin helhet som bilagor till rapporten.

Stockholm den 23 december 1998

Jörgen Holgersson

Innehållsförteckning

1	INLEDNING	7
1.1	Bakgrund	7
1.2	Regeringsuppdraget	8
1.3	Förekommande begrepp.....	8
1.3.1	Parallellimport.....	9
1.3.2	Private brands.....	9
1.3.3	Privatimport.....	9
1.3.4	Läkemedel	10
1.3.5	Factory outlet.....	10
1.4	Gällande svensk rätt före Silhouette-domen	11
1.4.1	Varumärkesrätten	11
1.4.2	Övriga immaterialrätter	12
1.5	Silhouette-domen.....	12
1.6	Maglite-domen.....	14
1.7	Slutsatser.....	14
2	NATIONALEKONOMISK FORSKNING OCH PARALLELLIMPORT	17
2.1	Inledning	17
2.2	Den enklaste modellen	19
2.3	Parallellimport kan minska investeringar i utveckling eller marknadsföring	20
2.4	Transaktionskostnader hos importören	20
2.5	Transaktionskostnader hos producenten	21
2.6	Incitament för marknadsuppdelning.....	22
2.7	Fördelning av överskott	22
2.8	Minskade barriärer	22
2.9	Slutsatser.....	23
3	OMFATTNING OCH INRIKTNING AV PARALLELLIMPORTEN	25
3.1	Den allmänna statistiken.....	25
3.2	Förutsättningar för parallellimport.....	27
3.2.1	Tillgång till överskottsprodukter	27
3.2.2	Prisskillnader.....	28
3.2.3	Transparens	29
3.2.4	Slutsatser	29

3.3	Omfattningen av parallellimport	30
3.3.1	Livsmedel	31
3.3.2	Bildelar och bilreservdelar	32
3.3.3	Däck	33
3.3.4	Motorcyklar	34
3.3.5	Kläder	34
3.3.6	Skor	35
3.3.7	Läkemedel	35
3.3.8	Golfutrustning	38
3.3.9	Snöskotrar	38
3.4	Negativa effekter i anslutning till parallellimport	39
4	INTERNATIONELLA ERFARENHETER	43
4.1	Danmark	43
4.2	EU	44
5	EFFEKTER AV EN ÖVERGÅNG TILL REGIONAL KONSUMTION FÖR DEN SVENSKA MARKNADEN	47
5.1	Vinnare och förlorare	47
5.2	Priseffekter vid minskad parallellimport till Sverige	53
5.3	Effekter för parallellimportörerna	54
5.4	Utvecklingen utan beaktande av Silhouette-domen	55
5.5	Internethandel	57
6	SAMMANFATTANDE BEDÖMNING	61
	BILAGA 1 SILHOUETTE-DOMEN	67
	BILAGA 2 MAGLITE-DOMEN	79
	BILAGA 3 PARALLELLIMPORT TILL SVERIGE	91
	BILAGA 4 PARALLELLIMPORT	151

1 Inledning

1.1 Bakgrund

Parallellimport från länder såväl utom som inom EES-området förekommer inom ett stort antal varuområden, såsom kläder, skor, kapitalvaror, bilar läkemedel m.m. Parallellimport innebär i korthet import av en viss, ofta varumärkesskyddad, produkt vid sidan av de ordinarie försäljningskanalerna för produkten. Denna typ av import anses skapa press på kostnader och priser och bidrar till en dynamisk utveckling i näringslivet som har stor betydelse för konkurrensförhållandena på längre sikt, särskilt i en liten och öppen ekonomi som den svenska.

Den 16 juli meddelade EG-domstolen dom i det s.k. Silhouette-målet. Domen var i sak ett förhandsavgörande enligt art. 177 i Romfördraget och rörde en tolkning av en artikel i EG:s varumärkesdirektiv.¹

I sak fastslog domstolen att den s.k. konsumtionen av varumärkesrätten, som har att göra med spridningsrätten till enskilda exemplar av en produkt, är en regional angelägenhet och inte en global. Denna tolkning står i motsats till hittillsvarande tolkning i svensk rätt, som i praxis fastslagit att konsumtionen av varumärkesrätten skall vara global.² Med viss förenkling kan man säga att den svenska tolkningen grundar sig på en vidare syn på fri handel, medan EG-domstolens utslag markerar att den inre marknaden bör skyddas mot viss införsel, i det här fallet parallellimport, från tredje land. Detta innebär att man inom EG-rätten ger ett något starkare skydd för varumärkesrätten än vad som varit fallet i Sverige, där man i praxis har gett större tyngd åt konkurrensintresset.

EG-domstolens dom förändrar förutsättningarna för svensk rättstillämpning på varumärkesområdet och begränsar möjligheterna till parallellimport till Sverige.

¹ Rådets första direktiv av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar (89/104/EEG, EGT L 40, 1989).

² Se vidare nedan, avsnitt 1.4.

1.2 Regeringsuppdraget

Regeringen uppdrog den 3 september 1998 åt Konkurrensverket att kartlägga och analysera konsekvenserna för den svenska marknaden och för svenska konsumenter och producenter av en övergång till tillämpning av principen om regional konsumtion inom varumärkesrätten. I uppdraget ingår att beskriva omfattning och inriktning av parallellimporten inom olika varuområden samt att analysera hur pris- och konkurrensförhållandena påverkas i dessa branscher av en ändrad rättstillämpning. En uppskattning bör också göras av parallellimportens påverkan på den svenska marknaden givet att någon begränsning av importen inte skett. Denna uppskattning bör inte bara beröra de varuområden där parallellimport idag förekommer, utan även belysa vilka effekter begränsningen riskerar innebära i ett längre perspektiv jämfört med om parallellimporten spridit sig till övriga varuområden där parallellimport ännu inte förekommer. I kartläggningen bör internationella studier och erfarenheter inhämtas. Uppdraget skall redovisas till regeringen den 31 december 1998.

För att få relevant underlag till uppdragets genomförande har Konkurrensverket uppdragit åt dels PeHe Konsult HB (Hallman), dels AB Handels Utredningsinstitut (HUI) att utreda dessa frågor från ett konsumentekonomiskt respektive nationalekonomiskt perspektiv. Utredningarna har genomförts av Åke Hallman och Lena Magnusson respektive Stefan Fölster och Peter Nygren. Följande framställning bygger till stora delar på dessa båda utredningar, som återfinns som bilagor till denna rapport.

1.3 Förekommande begrepp³

Vid kontakter med personer som företräder olika branschorganisationer som aktivt arbetar med parallellimport av olika produkter eller som på annat sätt kommer i kontakt med begreppet parallellimport, inklusive vanliga konsumenter, har det visat sig att begreppet parallellimport inte synes ha en entydig innebörd. Ibland förknippas det dessutom med en annan typ av handel som inte har det minsta gemensamt med parallellimport, nämligen försäljning av rena förfalskningar. Ibland förknippas begreppet parallellimport också med företeelsen lågpridförsäljning vilket det oftast, men inte alltid, är frågan om.

³ Detta avsnitt bygger i huvudsak på Hallman, kap.3.

Det kan således vara på sin plats att något beröra de olika begrepp som förekommer i anslutning till parallellhandel och därmed försöka ge de olika begreppen en så stringent innebörd som möjligt.

1.3.1 Parallellimport

Med parallellimport avses i detta sammanhang import för kommersiell vidareförsäljning av produkter som är åsatta ett registrerat eller inarbetat varumärke och som sker vid sidan av varumärkesinnehavarens generalagent för området. Denna import kan avse det ordinarie, reguljära, sortimentet av årets produkter eller modeller. Den kan också avse fjolårets utgående modeller eller andrasorter- ingar av varumärkesinnehavarens produkter.

Det är sålunda inte ovanligt att en tillverkare för att inte störa den reguljära handeln med årets modeller och kollektioner medvetet släpper iväg utgående modeller etc. genom andra kanaler än de officiellt reguljära. Dessa varor kan ta olika vägar över flera geografiska marknader innan de slutligen säljs över disk till slutlig konsument. Ibland kan, enligt uppgift, denna handel försiggå med generalagentens goda minne, eller t.o.m. vara avtalsenligt reglerad i generalagentens avtal med varumärkesinnehavaren. I det senare fallet torde denna "sidoimport" knappast kunna betecknas som parallellimport i ordets egentliga bemärkelse.

Med parallellimport kan också avses import av varor utan åsatta varumärken. Den typen av import berörs dock inte av Silhouette- domen.

1.3.2 Private brands

Import av s.k. private brands-märkta produkter innebär att varumärkesrättsinnehavarens produkter importerar med köparens eget varumärke på t.ex. kartongen. Ibland importerar produkterna i omärkta kartonger från varumärkesrättsinnehavaren - eller från av denne anvisad källa - för att sedan märkas efter ankomsten till Sverige. Dessa produkter säljs sedan i konkurrens med varumärkesrättsinnehavarens egen märkesprodukt. Produkter som tillhandahålls inom ramen för den här typen av private brands är enligt uppgift vanligt förekommande när det gäller bildelar och bilreservdelar.

1.3.3 Privatimport

Privatimport är relativt omfattande inom vissa områden, t.ex. i fråga om bilar, alkoholhaltiga drycker och tobak. Den privata importen skiljer sig till sin natur från parallellimporten främst genom

att den primärt inte sker i kommersiellt syfte utan enbart för eget bruk. Genom sin omfattning kan dock privatimporten, på de områden där den är av större omfattning, ha samma effekter på konkurrensförhållanden och prisbildning som förekomsten av parallellimport på samma eller andra områden.

Under senare tid har den privata direktimporten ökat i omfattning genom utvecklingen av elektronisk handel. De produkter inom den privata konsumtionen som för närvarande främst kopplas samman med handel över Internet är CD-skivor och böcker. När ytterligare standards och säkerhetsrutiner för betalning har utarbetats kan man troligen vänta sig en stark ökning av Internethandeln.

1.3.4 Läkemedel

Inom läkemedelshandeln sker i vissa sammanhang en sammanblandning av de båda begreppen parallellimporterade läkemedel och generiska läkemedel. Medan det förstnämnda rör parallellimport - eller reimport av originaltillverkarens produkter under dennes varumärke men med tillägg av egen företagsbeteckning - avser generiska läkemedel exakta kopior av läkemedel för vilka det ursprungliga patentskyddet upphört. De generiska läkemedlen, som försäljningsmässigt i såväl värde som volym klart överstiger de parallellimporterade, kan tillhandahållas antingen under rena kemiska substansnamn, s.k. generics generic, eller under ett specifikt varumärke, s.k. branded generics.

1.3.5 Factory outlet

Ett begrepp som ofta förekommer i samband med begreppet parallellimport är factory outlet.⁴ Enligt den ursprungliga definitionen skall ett factory outlet ägas av varumärkesrättsinnehavaren, geografiskt vara klart åtskilt från dennes reguljära utförsäljningsställen, präglas av anspråkslösa lokaler och inredningar samt till låga priser tillhandahålla varumärkesrättsinnehavarens fjolårssortiment, utgående färger och modeller men också andrasorteringar. Under senare tid har också till den ursprungliga definitionen fogats de factory outlets som på varumärkesrättsinnehavarens uppdrag drivs av någon större, vanligen reguljär, återförsäljare eller annan person med en affärsmässig relation till varumärkesrättsinnehavaren.

Några

⁴ Det första factory outlet som etablerades och som fått ge innebörd åt definitionen låg i Redding utanför New York, USA.

factory outlets enligt vare sig den ursprungliga eller den något utvidgade definitionen finns inte i Sverige.

De factory outlets som finns i Sverige ägs inte av varumärkesrättsinnehavare eller person som särskilt utsetts eller anlitats av denna. Den innebörd begreppet kommit att få i Sverige, och som avser butiker som till sin utformning och sitt affärsmässiga innehåll mycket liknar de ursprungliga factory outlet-inriktningarna, baserar sig på en "försvenskning" av begreppet.

Enkelt uttryckt skiljer sig de i Sverige verksamma factory outlet-enheterna från den ursprungliga definitionen antingen genom att flera varumärken finns på samma försäljningsställe och/eller genom att utförsäljningen ligger nära de "reguljära" butikerna. Det förekommer också att utförsäljningsstället hyrs av fristående fastighetsägare, t.ex. Barkarby Quality Outlet utanför Stockholm.

1.4 Gällande svensk rätt före Silhouette-domen

1.4.1 Varumärkesrätten

En förutsättning för att varumärkesskyddade produkter skall kunna parallellimporteras är att de importerade exemplarens varumärkesskydd upphört att gälla, dvs. konsumerats. Varumärkesrättens skydd för ett varumärke innebär nämligen att ingen annan än varumärkesinnehavaren själv eller den som genom avtal med varumärkesinnehavaren tillverkar eller säljer dennes produkter får använda ett varumärke. Varumärkesinnehavarens befogenheter kan emellertid upphöra genom konsumtion. Konsumtion av en varumärkesrätt sker när innehavaren av varumärket eller någon annan med dennes samtycke för ut ett exemplar av varan på marknaden. Då konsumeras, dvs. upphör, varumärkesinnehavarens befogenheter rörande just det exemplaret. Konsumtion av varumärkesrätten innebär dock ingen generell rätt att helt fritt exploatera varumärket utan bara en rätt att fritt sprida just det inköpta exemplaret vidare. För den som saluför denna typ av varor råder det vissa inskränkningar i rätten att marknadsföra själva varumärket, särskilt i de fall det innebär s.k. snyltning av ett varumärkes goodwill.⁵

⁵ Se vidare Koktvedgaard/Levin, Lärobok i Immaterialrätt, upplaga 5:1, 1997, s. 323ff.

Enligt rättspraxis har hittills principen om global konsumtion tillämpats i Sverige, dvs. rätten till varumärket konsumeras varhelst i världen som ett parti varor har sålts⁶.

1.4.2 Övriga immaterialrätter

Konsumtionsprincipen gäller även för övriga immaterialrättigheter. När det gäller mönsterrätt och patenträtt anges i både mönsterskyddslagen och patentlagen att konsumtionen är EES-vid, dvs. regional.⁷

Frågan om vilken konsumtionsprincip som gäller för de olika upphovsrätterna är inte lika lätt att besvara. I upphovsrättslagen anges uttryckligen att konsumtionsprincipen för närstående rättigheter (uthyrning och utlåning) är EES-vid.⁸ För de egentliga upphovsrätterna (skydd för framförande av litterära och konstnärliga verk m.m.) är konsumtionsprincipen inte reglerad i lag. I samband med att regeln om EES-vid konsumtion för de närstående rättigheterna implementerades i lagen fördes i motiven en diskussion om vilken konsumtionsprincip som skall gälla för de övriga upphovsrätterna. Av motiven framgår att man från svensk sida förordar global konsumtion, vilket också tidigare fastslagits i svensk praxis.⁹ Rättsläget liknar sålunda det som gällde för varumärken innan Silhouette-domen. Man skulle kunna dra slutsatsen att Silhouette-domen klargjort rättsläget även såvitt avser konsumtionen för upphovsrätter men ett slutligt svar på frågan kan bara ges av EG-domstolen.

1.5 Silhouette-domen¹⁰

Målet gällde en österrikisk lågpriskedja, Hartlauer, som köpt ett parti glasögonbågar av märket Silhouette från ett bolag i Bulgarien som i sin tur köpt bågar från tillverkaren och varumärkesrättsinnehavaren Silhouette International i Österrike. I målet påstod Silhouette att försäljningen till det bulgariska bolaget hade villko-

⁶ NJA 1967 s. 458, NIR 1968 s. 404 (Polycolor).

⁷ 5 § 3 st. mönsterskyddslagen (1970:485) respektive 3 § 3 st. nr 2 patentlagen (1967:837).

⁸ 45 § 4 st. och 46 § 3 st. lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk.

⁹ Prop. 1994/95:58 och NJA 1961 s. 695 (Samson) och NIR 1976 s. 322 (Berlin).

¹⁰ För domen i fulltext, se bilaga 1.

rats med att bågarna inte fick säljas tillbaka till Österrike. Detta påstående visade sig dock omöjligt att kontrollera.

Hartlauer stämades inför österrikisk domstol under påstående att varumärkesrätten till glsögonbågarna inte hade konsumerats vid försäljningen till det bulgariska bolaget och att Silhouette därför kunde förbjuda Hartlauer att sälja varorna i Österrike. I målet uppkom frågan om art. 7(1) i EG:s varumärkesdirektiv skall tolkas så att varumärket ger innehavaren rätt att förbjuda tredje man att använda varumärket för varor som har förts ut på marknaden under detta varumärke i en stat som inte är fördragsslutande stat.

Art. 7(1) i varumärkesdirektivet har följande lydelse:

”En varumärkesrätt ger inte innehavaren rätt att förbjuda användning av märket för varor som av innehavaren själv, eller med dennes samtycke, är marknadsförda med detta märke inom gemenskapen.”

Den österrikiska domstolen vände sig till EG-domstolen för att få svar på hur art. 7(1) i varumärkesdirektivet skall tolkas. Även i Österrike har traditionellt tillämpats principen om global konsumtion.

EG-domstolen hänvisade i sin dom till att direktivet tillskapats för att underlätta den fria rörligheten för varor och tjänster på den inre marknaden. Domstolen resonerade vidare att det är av avgörande vikt att registrerade varumärken får samma skydd i alla medlemsstater. Mot bakgrund av detta fastställdes att direktivet skall tolkas som en fullständig harmonisering av medlemsstaternas regler för varumärken. Domstolen menade också att en sådan tolkning är den enda som gör det möjligt att förverkliga direktivets mål att säkerställa den inre marknads funktion. Följden av detta resonemang är att medlemsstaterna genom direktivet är förpliktade att tillämpa principen om regional (EES-vid) konsumtion av varumärkesrättigheter.

Domstolen påpekade slutligen att EU alltid har möjlighet att ingå internationella avtal och därigenom utvidga den regionala konsumtionen.

1.6 Maglite-domen¹¹

Ungefär ett halvår före Silhouette-domen meddelade EFTA-domstolen en dom i ett liknande fall men med en annan utgång.

I detta fall var det fråga om ett norskt företag som parallell-importerade s.k. Maglifeficklampor från USA. Den norske generalagenten stämde importören för brott mot den norska varumärkeslagen och EG:s varumärkesdirektiv.

EFTA-domstolen uttalade att EES-avtalet, till skillnad från Romfördraget, vare sig innebär någon tullunion eller någon gemensam handelspolitik gentemot tredje land. Det står därför EFTA-staterna fritt att sluta avtal om utrikeshandeln med tredje land. Mot den bakgrunden skulle ett krav på regional konsumtion lägga en alltför stor begränsning på EFTA-staternas handlingsfrihet gentemot tredje land.

Domstolen kom alltså fram till att det är upp till respektive EFTA-stat att bestämma om den vill tillämpa regional eller global konsumtion.

1.7 Slutsatser

En fråga som uppkommer med anledning av de båda domarna är om de står i konflikt med varandra och vad det i så fall innebär för Sveriges del. Det troliga svaret på frågan är dock att någon konflikt inte föreligger. EFTA-domstolen å ena sidan framhåller det faktum att EFTA-länderna vare sig ingår i någon tullunion med den övriga gemenskapen eller överenskommit om någon gemensam handelspolitik gentemot tredje land. På den grunden kan man inte kräva harmoniserade regler mellan EG- och EFTA-länderna angående handelsrelaterade förhållanden till tredje land. Silhouette-domen å andra sidan är helt och hållet en gemenskapsangelägenhet. Mellan EG:s medlemsstater föreligger en överenskommelse om gemensam handelspolitik och tullunion, som i sig kräver en harmonisering av medlemstaternas regler angående handelsrelaterade förhållanden till tredje land. Denna skillnad i förutsättningar gör att domarna inte torde stå i strid med varandra.

Trots detta kan Maglite-domen medföra vissa effekter för Sveriges del. En följd av domen är att bl.a. Norge har behållit sin princip om global konsumtion. Detta skulle kunna innebära att varor som från

¹¹ För domen i fulltext, se bilaga 2

början inköpts i ett land utanför EU och parallellimporterats till Norge med stöd av EES-avtalet fritt kan föras vidare in till Sverige och säljas här. Detta beror på att Norge tillämpar principen om global konsumtion, vilket innebär att varumärkesrätten för de varor som säljs där utsläcks. Därmed torde parallellimportören även kunna föra över varorna till Sverige utan hinder av varumärkesrätten. Det skall dock betonas att detta förfarande inte har prövats rättsligt.

2 Nationalekonomisk forskning och parallellimport¹²

2.1 Inledning

Parallellimport berör främst produkter som skyddas av immateriella rättigheter. Syftet med immateriella rättigheter är i första hand att med rättssystemets hjälp skydda investeringar i forskning och utveckling (t.ex. patent, upphovsrätt och mönster-skydd) samt investeringar i kvalitet och produktförbättringar (t.ex. varumärken). Om inte dessa immateriella rättigheter upprätthålls har inte enskilda företag och entreprenörer tillräckliga incitament att ta fram nya produkter eftersom andra aktörer kan komma att urholka upphovsmännens avkastning på deras ursprungliga investeringar (s.k. free-riding). Varumärken har också en annan viktig funktion, nämligen att möjliggöra för konsumenter att identifiera genuina varor och skilja dessa från kopior eller snarlika produkter. Denna funktion är viktig då den senare kategorin helt eller delvis kan sakna den genuina produktens egenskaper. Genom varumärket kan konsumenten identifiera den genuina produkten och en kostsam sökprocess kan undvikas.

Genom att upphovsmän, enskilda eller företag, erhåller immateriella rättigheter möjliggörs också en indirekt handel i investeringar som inte annars skulle betinga något marknads-mässigt värde. På så vis befrämjas effektivitet i produktionen av kunskapsintensiva varor och tjänster då resultatet kan exploateras av de aktörer som har bäst förutsättningar.

Samtidigt som immateriella rättigheter ger incitament för investeringar i utveckling av nya idéer och förbättringar av redan befintliga produkter ger dessa rättigheter en viss monopolmakt till de företag som erhåller patent, mönsterskydd eller varumärkes-skydd för sina varor och tjänster. Denna monopolmakt kan resultera i snedvridningar och ineffektivitet i ekonomin, vilket skadar konsumenterna. Den nationalekonomiska forskningen intresserar sig för frågan hur effektiva incitament kan behållas så att tillräckliga inve-

¹² Detta avsnitt bygger i huvudsak på HUI, kap. 2. Samtliga litteraturhänvisningar redovisas i den fullständiga rapporten, bilaga 4.

steringar görs i nya och befintliga produkter samtidigt som snedvridningarna i ekonomin blir så små som möjligt.

Den allvarligaste snedvridningen på en monopolmarknad är att monopolföretaget sätter ett pris som är högre än kostnaden att producera varan. På så vis säljs för lite av varan och konsumentnytta går förlorad.

En annan typ av snedvridning på monopolmarknader är olika former av prisdiskriminering. Prisdiskriminering leder normalt till att den producerade mängden ändras vilket ger upphov till allokerings effekter. I undantagsfall, där prisdiskriminering inte påverkar den omsatta volymen på marknaden, är resultatet enbart en inkomstöverföring. För att en snedvridning skall kunna förekomma måste tre villkor vara uppfyllda: företaget måste ha någon grad av monopolmakt, olika konsumentgrupper måste kunna skiljas åt och arbitragemöjligheterna måste vara begränsade. Dessa villkor är ofta uppfyllda på internationella marknader och parallellimport är vanligtvis ett svar på denna typ av prisdiskriminering.

Förekomsten av parallellimport påverkar den senare typen av snedvridning men i normalfallet inte den förra.¹³ Eventuella välfärdseffekter av parallellimport är därför begränsade i förhållande till åtgärder som allmänt förbättrar förutsättningarna för konkurrens från nya och befintliga aktörer såväl i Sverige som internationellt. Vidare kan andra handels- och konkurrenspolitiska åtgärder, till skillnad från parallellimporten, bidra till att öka antalet tillgängliga produkter och på så vis höja konsumentnyttan.

Inom nationalekonomisk forskning har den grundläggande frågan om de samhällsekonomiska effekterna av prisdiskriminering undersökts vid flera tillfällen. Ofta har dessa undersökningar inte specifikt riktat sig mot parallellimport men insikterna är tämligen allmängiltiga. Det finns inga principiella skillnader i argumentationen för en handel som uppkommer p.g.a. prisdiskriminering mellan regioner jämfört med en prisdiskriminering mellan länder eller handelsblock.

¹³ I vissa fall kan export av tillfälliga överskottspartier hjälpa ett företag att upprätthålla monopolpriser inom landet genom att begränsa försäljningen. Ett alternativ till export av tillfälliga överskott är att bygga upp ett lager och dra ned på produktionen. Företaget skulle kanske inte heller chansa och producera för mycket om det inte gick att exportera.

I det följande beskrivs först en analysmodell för den enklaste situationen. Därefter diskuteras ett antal komplikationer och hur de påverkar slutsatsen.

2.2 Den enklaste modellen

Antag att ett företag säljer sin produkt på skilda marknader, t.ex. i olika länder. Företaget har en unik produkt, dvs. en viss monopolställning, även om det kan finnas konkurrenter med relaterade produkter. Efterfrågan och betalningsviljan varierar mellan länderna. Om ingen handel mellan olika länder förekommer sätter företaget priset utifrån det som maximerar vinsten utifrån efterfrågeförhållandena i respektive land. Normalt innebär detta att priset sätts högre där efterfrågan är mindre känslig för prisökningar (mindre elastisk) och lägre där efterfrågan är mer känslig för prisökningar (mer elastisk).

Om däremot parallellimport förekommer, och för enkelhetens skull antas leda till perfekt arbitrage mellan länderna, tvingas producenten att sätta ett gemensamt pris för alla länder utifrån den aggregerade efterfrågekurvan. Konsekvensen av detta är att priset blir lägre för konsumenter i länder med mindre elastisk efterfrågan och högre i länder med mer elastisk efterfrågan.

Ett standardresultat är att prisdiskrimineringen i denna situation ökar välfärden om den ökar den samlade produktionen, medan välfärden minskar om prisdiskriminering ger minskad eller oförändrad produktion. Under förhållanden som ofta anses råda, exempelvis när efterfrågekurvan är linjär, leder prisdiskriminering till en välfärdsförlust för konsumenter i alla länder sammantaget.

Priset på respektive marknad återspeglar värderingen på marginalen för den sista enheten som säljs. Vid prisdiskriminering kommer värderingen att vara olika på marknaderna och den sista enheten säljs inte till den individ som värderar den högst. Därför går en del av konsumentöverskottet förlorat. Den negativa effekten av olika marginalvärdering kan endast uppvägas av att prisdiskriminering resulterar i en större samlad produktion.

Orsaken till att prisdiskriminering kan resultera i en välfärdsförlust är alltså att konsumentvärderingen av den sista enheten som säljs på lågprismarknaden är lägre än värderingen på högprismarknaden. Vid en given produktion är det alltså bättre att omfördela produktionen så att kvantitet flyttas från lågprislandet till högprislandet till dess att värderingen och därmed priset är detsamma på alla marknader.

För policyanalysen inom EU kan frågan emellertid ställas på ett annat sätt. I Silhouettestället är EU ett högprisområde, medan länder utanför EU utgör lågprisområden. För konsumenterna inom EU är det i så fall en entydig välfärdsvinst om parallellimport från tredje land tillåts och prisdiskriminering därmed försvåras. Argumentet gäller Sverige i än högre utsträckning. Eftersom viss prisdiskriminering sker även inom EU och det finns en tendens för små länder som Sverige att tillhöra de med högsta priser, kan Sverige antas tillhöra de länder som vinner mest på att tillåta parallellimport.

En rad faktorer kan komplicera analysen. Dessa behandlas i tur och ordning i det följande.

2.3 Parallellimport kan minska investeringar i utveckling eller marknadsföring

Ett vanligt argument mot parallellimport har varit att importören får åka snålskjuts på producentens investeringar i t.ex. marknads-specifik marknadsföring. Med en omfattande parallellimport minskar motiven för producenten att investera i sådana marknads-specifika investeringar.

Tolkningen av detta argument för konsumenten är emellertid inte helt entydigt. Argumentet gäller inte investeringar i produktkvalitet eller marknadsföring som ökar försäljningen på alla marknader, utan enbart marknadsföring eller uppbyggnad av ett varumärke på en specifik marknad. Det är dock inte självklart att sådana investeringar ökar konsumentnyttan. I forskningslitteraturen har utvecklats ett antal skäl till att det sker överinvesteringar (eller underinvesteringar) i sådan marknadsföring. En överinvestering sker när marknadsföringen i huvudsak syftar till att locka över kunder från konkurrenter. En underinvestering kan ske när marknadsföringen tillför information som konsumenten har nytta av. Detta är således en empirisk fråga.

2.4 Transaktionskostnader hos importören

I den teoretiska analysen har framhållits att om parallellimporten kräver resurser så minskar sannolikheten för att den ger upphov till en välfärdsvinst. Analysen visar vidare att risken för detta är störst när parallellimporten når stora volymer, vilket händer i lägen där det är bäst för producenten att, trots parallellimporten, upprätthålla stora prisskillnader mellan länderna.

Därtill innebär transaktionskostnader för parallellimport en orsak till att priserna inte behöver utjämnas helt, trots arbitrage mellan marknaderna.

Det bör också framhållas att samma problem kan påverka utbudet av komplementära varor och tjänster som helt eller delvis är en kollektiv nytthet för alla konsumenter på den lokala marknaden. Ofta investerar tillverkaren i ett kringliggande och understödjande tjänsteutbud som kommer alla konsumenter till del på den lokala marknaden. Det kan exempelvis vara produktinformation, support, serviceverkstäder, lokalt anpassade applikationer m.m. Särskilt för små länder kan lönsamheten för denna typ av investeringar minska om tillverkarens lönsamhet minskar drastiskt på grund av att parallellimportörer utnyttjar befintliga investeringar utan att själva bidra till det samlade tjänsteutbudet. Det minskade utbudet kan ha negativa effekter för konsumenterna även i högprisländer.

2.5 Transaktionskostnader hos producenten

Parallellimport kan orsaka vissa merkostnader för producenten. Ibland framställs dessa som kostnader för konsumenten. Till dessa hör:

- Producenten säljer en viss kvalitet i ett land, och en sämre kvalitet i ett annat land. Om parallellimport sker blir det svårare för konsumenten att associera ett varumärke med en viss kvalitet. Men det kan alternativt ses som en producentkostnad att tydligt utmärka produkterna enligt deras kvalitetsgrad. Detta torde normalt inte vara någon större kostnad för producenten.
- Service kan standardiseras i ett land där en variant av produkten säljs, men blir dyrare om andra, parallellimporterade varianter, också måste erbjudas service. Det torde emellertid inte vara svårt att ta betalt för extrakostnaden för service för de parallellimporterade varianterna.
- Investeringsbeslut och produktionsplanering blir svårare för producenten om parallellimporterade varor i oförutsebara intervaller kommer in på marknaden. Men producenten kan dock parera ökat inflöde med prissänkningar för att avsätta en planerad mängd på marknaden. Parallellimportens prissänkande effekt är en konsumentvinst. Däremot är de rent administrativa kostnaderna för att ändra priser oftare en extra resurskostnad för producenten.

- Kopior blir svårare att upptäcka om parallellimport av produkten sker så att fler varianter kommer in på marknaden via fler kanaler. Även detta kan skapa merkostnader för både producenten och konsumenten.

2.6 Incitament för marknadsuppdelning

Parallellimporten minskar de prisdiskriminerande företagens vinster. Ett lägre pris på en marknad kan inte kompenseras av ett högre pris på en annan marknad och företagens totala vinster kommer därför att minska. Detta leder till att de prisdiskriminerande företagen kan ges incitament att påverka möjligheterna att sälja varor från en marknad på andra marknader. Om det är möjligt vill företagen med aktiva strategier orsaka en marknadsuppdelning, dvs. segmentering, som gör parallellimport omöjlig eller mycket dyr. Företagen kan på olika sätt, exempelvis genom paketering, försäkrings- och garantiåtaganden m.m., bidra till att höja de hinder som parallellimporten möter.

Det finns därför skäl att tro att parallellimporten kan resultera i ett mindre effektivt resursutnyttjande såväl i de prisdiskriminerande som i de parallellimporterande företagen jämfört med en situation då prisutjämning kan åstadkommas utan kostnader. Med andra ord kommer välfärdsvinsterna att minska om parallellimporten kräver stora resurser för att anpassa produkterna så att de går att sälja på en annan marknad än den ursprungligen avsedda.

2.7 Fördelning av överskott

Under förhållanden som normalt antas råda ökar den totala välfärden när prisdiskrimineringen minskar. Konsumenterna i högprislandet vinner mer än företagen och konsumenterna i lågprislandet förlorar. I allmänhet kommer därför länder med höga priser att vinna på minskade prisskillnader mellan länder.

Fördelningen av överskottet som uppstår när priserna utjämnas är däremot inte helt okomplicerad. Om exempelvis ett litet land med höga priser har en stor andel prisdiskriminerande producerande företag så kan vinsterna i företagen minska mer än konsumenterna vinner och det totala överskottet i landet kommer att minska trots prisutjämningen. Även i detta fall är det dock oftast så att konsumenterna vinner på parallellimporten.

2.8 Minskade barriärer

Parallellimport är endast ett sätt att komma till rätta med stora prisskillnader mellan länder. En relevant fråga i sammanhanget är

också huruvida det finns andra och bättre sätt att minska prisskillnaderna. Ett sätt är att minska eventuella etableringshinder i högprisområden så att konkurrensen ökar genom att fler utländska aktörer kan bli verksamma på den inhemska marknaden. Såväl nyetableringar som potentiell konkurrens leder till minskande monopolvinster och bättre utnyttjande av skalfördelar. Konsumenterna vinner genom att produktutbudet ökar, kostnaderna minskar och priserna faller.

2.9 Slutsatser

Denna korta genomgång av de teoretiska resonemang som förts inom nationalekonomisk forskning angående samhällsekonomiska vinster/förluster av prisdiskriminering ger inget entydigt svar på frågan vad prisdiskriminering betyder för det enskilda landet. Det huvudsakliga resultatet är visserligen att parallellimport eller andra förfaranden som hindrar prisdiskriminering ökar konsumentnyttan men det finns flera faktorer som kan ställa resultatet på huvudet. Till dessa hör att efterfrågefunktionerna kan ha en speciell form, att det kan finnas större transaktionskostnader samt att det kan finnas marknadsspecifika investeringar som ger konsumentnytta.

Om frågan i stället är huruvida EU-regler som hindrar prisdiskriminering mellan EU och tredje land är bra för EU:s konsumenter är svaret mer entydigt ja. EU tenderar att vara ett högprisområde i de fall som berörs av diskussionen kring parallellimport. Konsumenter i högprisområden vinner när prisdiskrimineringen minskar.

Hela resonemanget ovan är emellertid inriktat på att en begränsning av parallellimport från tredje land får till effekt att befintlig prisdiskriminering kan upprätthållas. Detta är inte självklart fallet. Konsumenter kan i ökad utsträckning importera direkt t.ex. via Internet. I avsnitt 5 nedan visas att detta också innebär att konsumenterna i högprisområden, som exempelvis Sverige, får möjlighet att köpa identiska varor till ett betydligt lägre pris än vad som erbjuds i traditionella butiker.

3 Omfattning och inriktning av parallellimporten¹⁴

3.1 Den allmänna statistiken

Ur den omfattande och detaljerade utrikeshandelsstatistiken från Statistiska centralbyrån (SCB) kan, förutom totala värdesummor och förändringstal, utläsas t.ex. hur importen till Sverige fördelas på olika varuområden, liksom från vilka regioner och enskilda länder som importen härstammar.

Däremot ger statistiken ingen vägledning när det gäller frågan om parallellimport som företeelse i den internationella handeln och mera specifikt frågan om ursprunget för de varor som, parallellt med de varuflöden som har generalagent som mottagare, kommer in i Sverige. Att utifrån den offentliga statistiken bilda sig en uppfattning om parallellimportens totala omfattning, dess fördelning på varuområden eller om importens ursprung - från ett land inom EES-området eller från annat land - är således inte möjligt. Inte heller Tullverket har tillgång till sådana data som skulle kunna komma till användning i detta sammanhang. Den möjlighet som tullen enligt ett EU-direktiv åtnjuter, nämligen att vid införtullning kunna stoppa vissa varupartier, rör inte frågeställningar kring parallellimport, utan avser att förhindra att rena förfalskningar av varumärkesprodukter når ut på marknaden.

Även om det vore möjligt att, med hänsyn till t.ex. varumottagarens ställning som generalagent eller inte för den svenska marknaden, kunna avgöra om importen var att anse som parallellimport, skulle det visa sig svårt, för att inte säga ogörligt, att avgöra varornas egentliga ursprung. I fråga om vissa varuslag, t.ex. kläder som parallellimporteras till Sverige, är det i många fall snarare regel än undantag att partierna - oavsett om de har sitt egentliga ursprung i ett EES-land eller kommer från annat, tredje land - når Sverige från ett annat EES-land. Det är således inte ovanligt att t.ex. partier av kläder med välkända amerikanska varumärken och från amerikanska leverantörer - avsedda för parallellhandel - efter exporten från USA landas i t.ex. Storbritannien och där delas upp innan de sprids vidare till andra länder i Europa. Enligt uppgift fungerar

¹⁴ Detta kapitel bygger i huvudsak på Hallman, kap 2.

också Sverige i vissa fall - om än i begränsad omfattning - som ett sådant nav i den internationella parallellhandeln. Inte heller är det ovanligt att en varumärkesinnehavare i ett EES-land - för att inte störa relationerna med sina generalagenter inom EES-området - exporterar varor, egentligen avsedda för parallellhandel inom EES-området, först till ett land utanför detta område, väl medvetna om att partierna på olika vägar kommer att söka sig tillbaka till något eller några EES-länder.

Vad som ser ut som, eller snarare de facto är, parallellimport från ett EES-land och som sådan oberörd av innebörden av Silhouette-domen kan således i själva verket vara nödvändiga försörjningsleder för parallellimport från länder utanför EES-området. Dessa skulle upphöra genom Silhouette-domen om inte varumärkesrättsinnehavaren har särskilda överenskommelser med den förste varumottagaren inom EES-området. Detsamma gäller de försörjningsvägar för parallellimport som byggts upp för, eller mera korrekt bygger på, att varupartier avsedda för parallellhandel inom EES-området, och med sitt ursprung i ett EES-land, först landas utanför EES-området innan det åter söker sig tillbaka.

Att ersätta dessa försörjningsvägar med direkta kontakter med respektive ursprunglig leverantör låter sig svårligen göras då de partier det är fråga om ofta är så stora att mycket få kapitalstarka mottagare står till buds för hantering och uppsplittring av partierna. Befinner sig dessutom den ursprungliga leverantören utanför EES-området sätter Silhouette-domen stopp för sådana kontakter. Härtill kommer - när det gäller leverantörer inom EES-området - de omständigheter som har sitt ursprung i att varupartierna i många fall tillåts gå omvägar för att varumärkesinnehavaren i sin reguljära affärsverksamhet inte vill ha andra, direkta affärskontakter inom EES-området än med sina generalagenter.

Det går således inte att utifrån den offentliga statistiken få någon uppfattning om parallellimportens storlek och förekomst inom olika varuområden eller dess egentliga ursprung i olika länder och regioner. För att över huvud taget erhålla några kunskaper om parallellhandeln på den svenska marknaden får man förlita sig på de uppgifter som kan fås från företrädare för olika branscher, liksom från sådana företag som i större eller mindre omfattning medverkar i parallellhandel. Utifrån dessa uppgifter, som i hög grad divergerar också mellan aktörer i en och samma bransch, får man försöka bilda sig en uppfattning om parallellhandelns omfattning och inriktning och därmed också dess dynamiska effekter för olika marknadens funktionssätt, konkurrens och prisbildning. De sifferuppgifter m.m. som således återfinns i det följande bygger därför

på bedömningar och analyser baserade på ett stort antal genomförda intervjuer. För att inte skapa något felaktigt intryck om säkerhet redovisas därför också sifferuppgifterna i det följande med relativt grova avrundningar.

På två områden, nämligen i fråga om motorfordon och läkemedel, erbjuder dock det allmänna tillgång till uppgifter som gör det möjligt att med relativt stor exakthet avgöra omfattningen av parallellimporten. Detta hänger samman med att båda dessa områden, vart och ett på sitt sätt, rymmer särskilda registreringsrutiner för att en produkt skall få brukas eller säljas vidare på den svenska marknaden.

Vid Bilregistret, där registrering sker av bl.a. bilar, motorcyklar och snöskotrar, kan typbesiktning ske endast på uppdrag av generalagenter, varför all annan besiktning för registrering sker utanför generalagentens medverkan, dvs. genom parallella kanaler. Vad gäller bilar visar det sig att de parallella kanalerna praktiskt taget alltid är privatpersoner. I fråga om motorcyklar och snöskotrar förekommer dock också parallellimport i kommersiellt syfte.

För läkemedel, som importeras eller säljs parallellt med varumärkesinnehavarens produkter, kräver Läkemedelsverket att produkterna registreras i särskild ordning. Det gör att kontrollen är total vad gäller de företag som deltar i parallellimport av läkemedel, liksom vilka läkemedel som berörs. När det gäller försäljningsvärdet för parallellhandlade läkemedel kan dessa också fångas genom att all försäljning av läkemedel endast sker genom en aktör, Apoteket AB. På läkemedelsområdet finns också en relativt nybildad intresseorganisation för parallellimporterande företag, något som veterligen inte förekommer på någon annan varumarknad.

3.2 Förutsättningar för parallellimport

Utöver de legala förutsättningar som krävs för en seriös parallellhandel/-import måste vissa andra förutsättningar vara för handen, huvudsakligen av kommersiell natur. Till dessa förutsättningar kan främst räknas att man har att göra med ett internationellt välkänt och respekterat varumärke, ofta förknippat med höga priser och status.

3.2.1 Tillgång till överskottsprodukter

En viktig förutsättning är att det finns tillgång till överskottsprodukter, antingen temporära eller permanenta överskott. Temporära överskott kan uppstå i branscher som alltför länge skjutit på nöd-

vändiga strukturåtgärder. När erforderliga strukturrationaliseringar genomförts återgår branschen, åtminstone för en tid, till en situation med bättre balans mellan tillgång och efterfrågan. Permanenta produktionsöverskott återfinns vanligen i branscher med starka modeväxlingar och flera s.k. säsonger under ett och samma kalenderår. De mest slående exemplen på sådana branscher är troligen kläder och skor.

I detta sammanhang är det en ytterligare förutsättning att det finns innehavare av varumärkesrätter som - aktivt eller underförstått - utan att själva vilja figurera i sammanhanget önskar avsättning av överskottspartier, t.ex. fjolårsmodeller eller andrasortering, eller som genom utlicensiering av tillverkningen mot provision till ett större antal företag på geografiskt skilda marknader saknar kontroll över produkternas lagerhållning och distribution.

3.2.2 Prisskillnader

Det krävs tillräckligt stora prisskillnader mellan olika geografiska marknader för att göra parallellimporten lönsam för parallellimportören. I många fall skall förekommande prisskillnader, förutom erforderliga marginaler som incitament för parallellimportören och aktuella hemtagningskostnader, också täcka kostnader för ompacketering, ommärkning, marknadsföring och saluhållning. Hur stora prisskillnader som krävs för att locka fram parallellimport varierar starkt mellan olika branscher. I fråga om läkemedel brukar prisskillnader mellan 25 och 30 procent nämnas som riktmärke.

De prisskillnader som föreligger mellan olika marknader kan bero på en stor mängd olika omständigheter, t.ex. historiska och kulturella skillnader, önskan från varumärkesrättsinnehavarens sida att från lönsamhetssynpunkt segmentera marknaderna med hänsyn till lokal köpkraft samt skillnader i försäkringssystem, avgifter och skatter liksom utformningen av statliga priskontroller som påverkar varumärkesrättsinnehavarens prissättning på den aktuella marknaden.

I vissa fall har de prismässiga förutsättningarna för parallellimport snarare sin grund i att antalet mellanhänder i förädlingskedjan kunnat begränsas än i t.ex. geografisk marknadssegmentering från märkesleverantörernas sida. Produktgrupper som brukar nämnas i sådana sammanhang är t.ex. snöskotrar och golfutrustningar.

Från tid till annan har även förskjutningar i valutakurser stor betydelse för omfattningen av parallellimport från vissa länder.

3.2.3 Transparens

Genom olika aktiviteter - såväl inom EU som inom andra internationellt verksamma organisationer, såväl överstatliga som privaträttsligt grundade - eftersträvas att skapa ökad s.k. genomlysning (transparens) av olika marknader i syfte att underlätta bl.a. handel över landsgränser. Den öppenhet som denna genomlysning leder till är en av förutsättningarna för parallellhandel och parallellimport. Parallellhandeln/-importen medverkar till att föra varupartier, som öppet bjuds ut på världsmarknaden, till de geografiska marknader där efterfrågan för tillfället finns samtidigt som handeln på sikt medverkar till en utjämning av priserna på olika geografiska marknader. På marknader där överskotten är av temporär karaktär, kanske under några år då den aktuella branschen undergår nödvändiga strukturförändringar, tenderar därför parallellhandeln vara av tillfällig natur. Detsamma gäller under perioder då skevheter i prissättningen mellan olika marknader kan ha sin grund i större valutakursändringar. Är överskotten av mera permanent natur, som på varuområden med starka modeväxlingar, är parallellhandeln troligen en än mer nödvändig komponent i det spel som ständigt handlar om försök till samstämmighet mellan efterfrågan på snabbrotliga modevaror, en effektiv produktionsplanering och en effektiv geografisk prissättning. Genom utförsäljning av utgående märkesvaror till låga priser genom klart avskilda försäljningsställen, t.ex. factory outlets, kan avsättning av kvarvarande delar av fjolårets produktion och andrasorteringar ske utan att detta i alltför hög grad stör handeln och prissättningen i de kanaler som saluhåller det senaste produktutbudet.

3.2.4 Slutsatser

Sammanfattningsvis kan sägas att förekomsten av parallellhandel antingen underlättar avsättningen av produkter i anslutning till nödvändiga branschrationaliseringar, eller verkar som ett smörjmedel i branscher där tillverkningen mer permanent är utsatt för starka modeväxlingar, både i design och färg.

För konsumenterna innebär parallellimporten möjligheter att till lägre priser än i den reguljära handeln köpa produkter med starka varumärken, om än kanske inte det allra senaste i utbudet från varumärkesrättsinnehavaren.

Till den del parallellimporten sker i en ekonomi stadd i tillväxt skapar parallellimporten och dess kringaktiviteter, ommärkning, opaketering etc. också tillkommande arbetstillfällen.

3.3 Omfattningen av parallellimport

Föreliggande undersökning har inriktats på varuområden som omfattas av den privata konsumtionen. Genom de intervjuer m.m. som genomförts som ett led i undersökningen täcks drygt 43 procent av den privata konsumtionen enligt de vägningstal som för 1998 gäller för uppbyggnaden av konsumentprisindex. De större områden i konsumentprisindex som inte omfattas av undersökningen är bostad, värme och hushållsel (33,6 procent), nöjen och rekreation (3,73 procent), resor och transporter (3,36 procent) samt post och tele (2,71 procent), områden där det med största sannolikhet inte förekommer någon typ av handel som skulle kunna jämföras med parallellimport. Det skulle det däremot kunna göra när det gäller möbler, kosmetika, CD-skivor och böcker, områden som av olika anledningar inte kommit att omfattas av undersökningen. Möbler och kosmetika har dock inte någon gång i samband med de intervjuer som genomförts nämnts som områden inom vilka parallellimport skulle förekomma, eller åtminstone inte ha någon större utbredning. Däremot nämns ofta CD-skivor och böcker som områden där privat import via Internet har nått en relativt stor omfattning och som dessutom är under stark tillväxt. När det gäller CD-skivor förekom parallellimport i större omfattning för några år sedan. Till stor del på grund av negativa valutaförändringar har den importen numera så gott som upphört.

Enligt samstämmiga bedömningar kommer näthandeln att öka avsevärt redan under år 1999. Antalet europeiska företag som säljer varor och tjänster via Internet bedöms inom några år vara tio gånger fler än i dag. Framförallt förväntas stora grupper ungdomar, som redan är vana Internetanvändare, komma att utnyttja de nya handelsmönstren. Enligt en svensk undersökning, som genomförts av Interactive Research, kommer drygt 40 procent av totala antalet svenska Internetanvändare (ca 2 990 000 personer) att handla via nätet under nästa år, dvs. ca 1 300 000 personer. Undersökningen visar att av dessa personer kommer ca 12 procent att handla CD-skivor, ca 9 procent böcker, ca 7 procent kläder, ca 5 procent livsmedel och ca 3,5 procent datorspel.

Inom de områden av den privata konsumtionen som gjorts till föremål för särskilda undersökningar och uppgiftsinhämtande har parallellimport spårats till områden som utgör närmare 38 procent av den totala konsumtionen. Då ingår såväl områden där parallellimport pågår i ytterst marginell omfattning, främst livsmedel, som områden där parallellimporten utgör en relativt stor andel av

den totala omsättningen i respektive bransch, t.ex. bildelar och bilreservdelar samt kläder, skor och läkemedel.

Utifrån de uppskattningar som erhållits från olika branschföreträdare m.fl. - och som utsatts för olika tester och skälighetsbedömningar - kan parallellimporten på årsbasis och värderat i konsumentledet för närvarande beräknas till närmare 9 miljarder kronor. Värderingarna är gjorda så att de snarare övervärderar än undervärderar parallellimporten. Ställt mot den totala privata konsumtionen, som 1997 uppgick till ca 925 miljarder kronor, skulle parallellimporterade produkter således svara för ca 1 procent. För de olika branscher som berörs varierar marknadsandelen starkt för parallellimporterade produkter, från knappt 0,01 procent inom handeln med livsmedel till ca 20 procent när det gäller handeln med bildelar och bilreservdelar. För t.ex. kläder är marknadsandelen för parallellimporterade produkter ca 10 procent, för golfutrustning och snöskotrar ca 8 procent och för skor ca 5 procent, vilket också är den andel som gäller i fråga om läkemedel.

Av den totala försäljningen av parallellimporterade produkter - närmare 9 miljarder kronor - kan drygt 60 procent, eller ca 5,3 miljarder kronor, bedömas ha sitt egentliga ursprung i ett land utanför EES-området. Genom att betona varupartiernas egentliga ursprung har uppgifterna större relevans för bedömningen av effekterna av Silhouette-domen, eftersom troligen huvuddelen av till Sverige parallellimporterade produkter kommer till Sverige från ett annat EES-land.

Vid en strikt efterlevnad av Silhouette-domen skulle således ett försäljningsvärde om ca 5,3 miljarder kronor komma att undandras den svenska marknaden. Detta motsvarar ca 0,6 procent av den totala privata konsumtionen 1997.

I det följande redovisas översiktligt parallellimportens omfattning och struktur i vissa branscher. De prismässiga effekterna av parallellimporten behandlas i kapitel 5 nedan.

3.3.1 Livsmedel

Enligt uppgift var parallellimport av livsmedel - liksom kemisk-tekniska varor - relativt omfattande före det svenska EU-inträdet men har efter inträdet praktiskt taget upphört, främst beroende på de märkningsregler som beslutats om inom EU och de nationella tolkningar och bestämmelser detta lett fram till. Således skall enligt de svenska märkningsreglerna all innehållsdeklaration m.m. på

förpackningar eller annat emballage vara avfattad på svenska, eller möjligtvis lättbegriplig skandinaviska. Detta regelverk begränsar givetvis förutsättningarna för parallellimport, oavsett om parallellhandeln skulle äga rum inom EES-området eller avse parallellimport från ”tredje” land.

Den parallellimport som idag förekommer på livsmedelsområdet rör i första hand import av Coca Cola från Polen och i mindre utsträckning kex och konfektyrer. Enligt branschföreträdare uppfylls ibland de svenska märkningsreglerna avseende de parallellimporterade produkterna men lika ofta är förhållandet det motsatta.

Totalt understiger den totala försäljningen av parallellimporterade livsmedel troligen 100 miljarder kronor räknat på årsbasis. Detta kan ställas mot en total privat konsumtion av livsmedel 1997 om ca 130 miljarder kronor.

Även om den direkta parallellimporten av livsmedel är liten har företrädare för ledande detaljhandelskedjor pekat på att den potentiella möjlighet som ligger i parallellimport kan ha stor betydelse för kedjornas affärsmässiga uppgörelser med varumärkesrättsinnehavare.

3.3.2 Bildelar och bilreservdelar

Den totala s.k. eftermarknaden för bildelar och bilreservdelar kan beräknas till ca 15 miljarder kronor. Av denna totala försäljning uppskattar branschbedömare att parallellimporterade varumärkesprodukter svarar för ca 20 procent, eller ca 3 miljarder kronor. Av den parallellimporterade försäljningsvolymen beräknas omkring två tredjedelar ha sitt ursprung inom EES-området medan resterande, eller ca en tredjedel, skulle härstamma från ”tredje” land, främst USA.

Inom handeln med bildelar och bilreservdelar förekommer, som tidigare nämnts, hela spektrat av olika typer av import, från strikt varumärkesimport över parallellimport av välkända varumärken till ”private brands” hämtade ur varumärkesrättsinnehavarens reguljära tillverkning. Samtliga dessa varuflöden flyter till stora delar samman vilket gör det svårt att slutligen avgöra produkternas status med avseende på ursprung.

Prisskillnaderna mellan vad som i branschen betecknas som originaldelar respektive piratdelar varierar i hög grad med hänsyn till såväl bilmärke som typ av reservdel, t.ex. avgassystem, bromsklossar, bromsskivor etc. Exempel finns på prisskillnader i storleksord-

ningen 60 - 70 procent, medan prisskillnaderna i andra sammanhang ter sig mer modesta. Det verkar dock inte överdrivet att räkna med prisskillnader i storleksordningen 20 - 25 procent som mycket vanligt förekommande. Det innebär att ett bortfall av parallellimporterade produkter från annat land än EES-land skulle få påtagliga effekter för prisbilden.

Inom handeln med bilreservdelar finns några starkt nischade, parallellimporterande företag som inte i första hand siktar till en lågprisprofilering utan till en bred lagerhållning inom ett smalt område av bilmärken. Så finns t.ex. ett företag som specialiserat sig på att lagerhålla delar och reservdelar till alla amerikanska bilar av modeller från 1907 och framåt. Detta parallellimporterande företag uppträder i många fall som leverantör till märkesverkstäderna, som i många fall inte har en längre lagerhållningstid än 10 år.

3.3.3 Däck

Enligt företrädare för branschen såldes 1997 knappt 5 miljoner däck på den svenska marknaden, varav ca 97 procent avsåg handel med däck genom generalagenter eller dylika, reguljära, försäljningskanaler. Resterande ca 3 procent betecknas i branschen som sidoimporterade däck. Av dessa bedöms omkring hälften, eller ca 80 000, vara parallellimporterade. Värdet av dessa kan i försäljningsledet till konsument uppskattas till ca 40 miljoner kronor, dvs. en marknadsandel om ca 2 procent.

Huvuddelen av de parallellimporterade däcken härstammar från vad som betecknas som ”varmare länder”, i det här sammanhanget länder med genomsnittligt varmare vägbanor än vad vi är vana vid i vårt nordiska klimat. Dessa däck, av samma varumärke och med samma produktbeteckning som de däck som är avsedda för de nordiska marknaderna, tillverkas med hårdare gummiblandning och kan därför, enligt branschföreträdare, vid låga temperaturer (< 8 °C) ytterligare hårdna och därvid utgöra en trafikfara.

Parallellimporten anses i branschen i mindre utsträckning påverka priserna i pressande riktning. Större betydelse för prisbildningen tillskrivs den fortgående konkurrensen mellan de ledande varumärkena, som t.ex. Good Year, Michelin, Continental, Firestone och Bridgestone.

3.3.4 Motorcyklar

För några år sedan uppgick andelen parallellimporterade motorcyklar till mellan 20 och 30 procent av den totala försäljningen på den svenska marknaden. Framst genom aktiv konkurrens och prisanpassning från generalagenternas sida har dock marknadsandelen för parallellimporterade motorcyklar nu pressats ned till ca 10 procent av en total försäljning 1997 om ca 8 700 enheter. Värdemässigt är marknadsandelen något lägre då parallellimporten i större utsträckning omfattar modeller i lägre prissegment. Prisskillnaden mellan parallellimporterade och reguljärt importerade motorcyklar uppgår vanligen till mellan 10 och 15 procent.

Den parallellimport som i dag förekommer har i huvudsak sitt ursprung i USA, men omfattar såväl amerikanska märken, t.ex. Harley Davidson, som japanska märken, t.ex. Yamaha, Kawasaki och Honda. Antalet parallellimporterande företag på svenska marknaden uppges variera från tid till annan, men tre företag har varit mer kontinuerligt verksamma än andra.

Oavsett effekterna av Silhouette-domen väntar man i branschen att parallellhandeln skall minska, dels genom den successiva anpassningen från den reguljära branschens sida, dels implementeringen under senhösten 1998 och våren 1999 av krav på europacertifiering av motorcyklar för import. Motsvarande typ av certifiering inom EU finns sedan tidigare beträffande bilar. Certifieringen anses innebära att det bli svårare, eller kanske framför allt dyrare, att anpassa produkter från "tredje" land till de standards m.m. man enats om inom EU.

3.3.5 Kläder

Kläder är det område som i första hand förknippas med parallellimport. Trots att parallellhandeln inom området är relativt utbredd och har pågått under ganska lång tid är det också här svårt att få ett definitivt grepp om den ekonomiska omfattningen. Gjorda uppskattningar pekar mot att parallellimporterade kläder svarar för i storleksordningen 10 procent av en total branschomsättning om närmare 40 miljarder kronor. Ursprungsländerna är i huvudsak USA, länder i Sydostasien och Kina och produkterna avser över hela världen välkända varumärken. Ungefär 90 procent av den totala parallellimporten kan bedömas ha sitt ursprung i dessa länder eller länderområden. Resterande ca 10 procent avser välkända varumärkesprodukter med ursprung i t.ex. Italien, Tyskland och Frankrike.

Parallellimporterade kläder kan saluhållas på de flesta försäljningsställen där kläder säljs, inte enbart i s.k. factory outlets eller motsvarande utförsäljningsställen. En typ av butiker som, enligt uppgift, i mindre utsträckning än andra deltar i import och försäljning av parallellimporterade produkter är sportbutiker. Dessa butiker återfinns ofta i starka kedjebildningar som, vid sidan av det mer reguljära sortimentet, aktivt arbetar för att etablera egna varumärken.

De parallellimporterade kläderna, som i de flesta fall men inte alltid omfattar fjolårets modeller och färger, säljs vanligen till starkt nedsatta priser. För sådana typer av plagg där modeväxlingarna inte är lika påtagliga som för andra, t.ex. för pikétröjor och skjortor, är prisnedsättningarna - jämfört med den reguljära handelns ordinarie priser - ca 30 procent. För övriga plaggtypen kan prisnedsättningarna vara i storleksordningen 50 - 70 procent.

Förutom de effekter på prissättningen som direkt följer av parallellhandeln anses prissättningen av parallellimporterade kläder påverka också prissättningen av säsongens modeller och färger i den reguljära handeln. Hur starkt detta konkurrenstryck egentligen är låter sig givetvis inte objektivt mätas men skall för den skull inte underskattas. Slående är att enligt uppgift närmare hälften av all försäljning av kläder alltid sker till nedsatta priser.

3.3.6 Skor

I fråga om skor uppskattas försäljningen av parallellimporterade produkter utgöra ca 5 procent av branschens totala omsättning, eller ca 400 miljoner kronor. Praktiskt taget all denna import beräknas härstamma från länder utanför EES-området - främst USA - och skulle således komma att falla bort vid en strikt tillämpning av Silhouette-domen.

3.3.7 Läkemedel

Parallellimport av läkemedel till Sverige är en företeelse av relativt sent datum, medan parallellimport av läkemedel till andra länder i Europa - t.ex. Belgien, Storbritannien och Danmark - har pågått under en längre tid.

För närvarande sker all parallellimport av läkemedel till Sverige från annat land inom EES-området, vilket innebär att handeln i sin nuvarande utformning och omfattning inte påverkas av Silhouette-domen. Till skillnad från övriga områden som berörs av parallellimport - med undantag för motorfordon - finns det för läkeme-

del goda möjligheter att mer exakt följa handelns omfattning och utveckling, bl.a. genom det registreringsförfarande av parallellimporterade läkemedel som Läkemedelsverket administrerar.

För närvarande deltar åtta företag i parallellimport av läkemedel till den svenska marknaden. Det största är Cross-Pharma AB, närmast följt av Medartrum AB. Utsträcks marknadsbegreppet till att omfatta den nordiska marknaden är det största av de parallellimporterande företagen till Sverige Paranova Läkemedel AB, vars moderbolag har sitt säte i Köpenhamn.

De åtta parallellimporterande företagen har nyligen etablerat en intresseförening - Föreningen för Parallellimportörer av Läkemedel - i syfte att samordna kontakter m.m. gentemot i första hand de myndigheter som verkar på läkemedelsmarknaden, främst Läkemedelsverket och Riksförsäkringsverket

Totalt finns hos Läkemedelsverket för närvarande ca 25 preparat inregistrerade för parallellimport. Den totala omsättningen av dessa läkemedel uppgick under första halvåret 1998 till ca 500 miljoner kronor, räknat i apotekens utförsäljningspriser. För helåret 1998 räknas med en fördubblad försäljning till slutlig förbrukare, dvs. en försäljning om ca 1 miljard kronor. Av den totala försäljningen under första halvåret utgjorde försäljningen av magsårsmedlet Losec ca 67 procent.

Ställt i relation till den totala läkemedelsförsäljningen till konsument och till sjukhus - för närvarande knappt 20 miljarder kronor på årsbasis - utgör således marknadsandelen för parallellimporterade läkemedel ca 5 procent.

Marknadsandelen för parallellimporterade läkemedel väntades sjunka under år 1999, åtminstone temporärt, då Läkemedelsverket, efter framställan från Astra som innehar varumärkesrätten till Losec, beslutade att avregistrera Losec för svenska marknaden i sin hittillsvarande beredningsform, dvs. som kapsel. Därmed ansågs grunden försvinna för den nuvarande parallellimporten av Losec. Astra ersatte Losec i kapselform med Losec i form av granulat (tabletter). Samtidigt sänkte Astra priset med 10 procent på den nya formuleringen jämfört med det egna priset på den ursprungliga.

I en nyligen avkunnad dom¹⁵ konstaterade dock länsrätten i Uppsala län att det föreligger s.k. nödvändig identitet mellan de båda formerna av Losec. Vidare uttalade länsrätten att de svenska reglerna skall tolkas i ljuset av den rättsutveckling som skett inom EG-rätten på området. Mot den bakgrunden konstaterades att eftersom inget framkommit om att kapselformen av Losec skulle vara farlig för folkhälsan, avgörande hänsyn måste tas till det integrationsvänliga syftet hos EG-rätten, med borttagande av regler som hindrar ett fritt varuutbyte. Sålunda fastställdes att inget hinder fanns för fortsatt parallellimport av Losec i kapselform. Domen har emellertid överklagats av Läkemedelsverket.

Av en internationell undersökning, som studerat företeelsen parallellimport av läkemedel utifrån ett europaperspektiv, är marknadsandelen i hela Europa för parallellimporterade läkemedel knappt 2 procent. Den samlade påverkan på prisnivån beräknas i samma undersökning till ca 0,25 procent.

Till skillnad från övriga varuområden som till någon del omfattas av parallellimport, har de prisskillnader mellan olika länder som är en grundförutsättning för parallellhandel i fråga om läkemedel ofta sin grund i olikheter i statliga prisregleringar och försäkringssystem. En annan förklaringsfaktor är att den forskande industrin för de egna patentpreparaten ständigt eftersträvar höga priser på den egna hemmamarknaden. Detta har i sin tur bl.a. sin grund i att inget lands prisregleringsmyndighet normalt tillåter högre priser på ett importerat preparat - om det skall få ingå i försäkringssystemet - än vad originaltillverkaren får ut på sin egen hemmamarknad. Det är denna mer generellt gällande prissättningsregel som lägger grunden för den reimport av läkemedel till ursprungslandet som allmänt också inkluderas i begreppet parallellimport.

För att ett parallellimporterat preparat skall omfattas av det rådande försäkringssystemet kräver den prisreglerande myndigheten Riksförsäkringsverket att det parallellimporterade läkemedlet åsatts ett pris som understiger originalleverantörens med minst 10 procent. Denna prissättningsfilosofi har ifrågasatts bl.a. i ett prissättningsärende som gällde det parallellimporterade läkemedlet Imigran Paranova. Riksförsäkringsverket avslag i det fallet en begäran att få sälja läkemedlet till ett pris som med mindre än 10 procent skiljde sig från priset på originalläkemedlet. Ärendet överklagades till regeringen, som fann att det inte finns stöd för en sådan beräk-

¹⁵ Mål nr 2021-98 m.fl.

ning vid fastställande av pris för parallellimporterade läkemedel. 10-procentsregeln är för närvarande föremål för översyn hos Riksförsäkringsverket.

Genom den prissättningsregel som gäller för parallellimporterade läkemedel påverkar parallellimporten priserna direkt på de preparat som omfattas av parallellimporten, allt under förutsättning att de parallellimporterande företagen kan upprätthålla en kontinuerlig varutillförsel och därmed lagerhållning på apoteken. Hittills finns inga tecken som tyder på att varutillförseln inte har kunnat upprätthållas i tillräcklig omfattning.

Förutom den direkta prispåverkan finns exempel på indirekt prispåverkan från potentiell parallellimport. Inför risken för en begynnande parallellimport har i vissa fall originalleverantörer av preparat frivilligt valt att sänka priserna med mer än 10 procent, vilket i sin tur eliminerat förutsättningen för den planerade parallellimporten.

3.3.8 Golfutrustning

Golfutrustning är föremål för såväl parallell- som privatimport. Totalt beräknas den årliga försäljningen av golfutrustningar uppgå till ca 650 miljoner kronor, varav ca 50 miljoner kronor skulle kunna härledas till parallellimport. Privatimporten skulle kunna uppskattas till ungefär samma belopp, varför den sammanlagda parallell- och privatimporten skulle kunna beräknas uppgå till omkring 15 procent av den totala marknaden för golfutrustningar. Huvuddelen av denna import härstammar från USA.

Prismässigt har parallellimporterade golfutrustningar ursprungligen understigit originalleverantörernas priser med ca 30 procent. Genom successiva anpassningar från den reguljära handelns sida har den generella prisnivån för golfutrustningar sjunkit, varför pris-skillnaderna i dag är avsevärt mindre, kanske t.o.m. helt nivellerade.

3.3.9 Snöskotrar

Försäljningen av snöskotrar omfattar ca 8 000 enheter per år, varav ca 10 procent parallellimporteras. I värde kan parallellimporten uppskattas till ca 60 miljoner kronor, med hänsyn tagen till att de parallellimporterade skotrarna vanligen är 10 - 20 procent billigare än de skotrar som når Sverige genom reguljära försörjningskanaler.

Parallellimporten har nästan uteslutande sin bas i USA och Canada, som sammantaget står för ca 97 procent av världsmarknaden för snöskotrar. Denna parallellimport skulle således helt falla bort om Silhouette-domen skulle komma att efterlevas strikt.

3.4 Negativa effekter i anslutning till parallellimport

I anslutning till diskussioner kring parallellimport förs det ibland fram negativa synpunkter beträffande denna handel. Synpunkterna är av såväl generell natur som mer specifika till sin karaktär och i det senare fallet vanligen knutna till särskilda varuområden.

Utän att göra anspråk på någon fullständig kartläggning eller rangordning av synpunkter följer nedan en listning av sådana negativa effekter som kommit utredningen till del under arbetets gång.

Till gruppen synpunkter av mer generell karaktär kan man peka på följande:

- Parallellimport är i grunden oetisk, då den profiterar på kända varumärken för egen vinnings skull. Genom förekomsten av parallellimport urholkas varumärkenas kvalitetsstämpel, och successivt minskar rättighetsinnehavarens intresse och möjligheter att genom t.ex. marknadsföringsinsatser upprätthålla varumärkets renommé. Härigenom medverkar parallellimporten till att urholka kapitalvärden till skillnad från reguljär handel, som skapar mervärden.
- Parallellimporten bryter sönder uppbyggda transportsystem, som ofta skapats för att medverka till en bra miljö. Genom parallellimporten finns risk att miljöförstörelsen ökar genom framväxten av nya, parallella försörjningsvägar.

Till de mer specifika, varuområdes- eller produktanknutna synpunkterna av negativ karaktär kan följande nämnas:

- Parallellimporterade partier av främst kläder innehåller ibland också rena förfalskningar, vilket snedvrider konkurrensförhållanden och drabbar värdet för varumärket.
- Många av de parallellimporterade livsmedel som saluhålls på svenska marknaden - främst drycker - saknar oftast innehållsförteckningar avfattade på svenska språket eller lättförståelig skandinaviska.

- Många däck som parallellimporteras till Sverige är avsedda för marknader med varmare vägbanor, varför gummiblandningarna i däcken är hårdare än i de däck som är avsedda för den svenska marknaden. Genom brister i upplysningen till konsumenterna kan dessa komma att köpa däck som när temperaturen börjar sjunka nedåt på skalan kan bli direkt trafikfarliga.
- I fråga om läkemedel pekas ofta på att parallellhandeln urgröper de rättigheter som patentskyddet är till för att skapa. Härigenom eroderas basen för framtida forskning.
- Frekvensen klagomål och indragningar från marknaden är enligt statistik från läkemedelsverket relativt sett högre för parallellimporterade läkemedel än för övriga. Det sammanhänger med att alla parallellimporterade läkemedel, om än i olika grad och omfattning, görs till föremål för ompaketering och ommärkning.
- Ibland framhålls också som negativt i fråga om läkemedel den osäkerhet som kan uppstå hos konsumenten genom att de blis-ter som närmast omsluter vissa läkemedlet bär annat namn (varumärke) än det som framgår av ytterförpackningen. Detta sammanhänger med att läkemedlet, på den marknad från vilken det parallellt importerats, där säljs under ett annat varumärke än det som det inregistrerats under för den svenska marknaden.
- Vid registreringsbesiktning av fordon, t.ex. parallellimporterade motorcyklar, utvecklas, enligt vad som sägs, inte alltid den noggrannhet som garanterar att fordonet till alla delar lever upp till svensk standard. Det gör att parallellimporterade fordon, främst från USA, kan innehålla komponenter som är tillåtna i ursprungslandet men som är förbjudna i Sverige.
- Justeringar och utbyten av tillbehör och komponenter för att anpassa fordon för den svenska marknaden kan ibland skapa problem för innehavaren av ett parallellimporterat fordon när eller om innehavaren önskar utnyttja garanti- och servicerättigheter. Det kan då visa sig att garantin ytterst omfattar en ”annan produkt” än den som nu skapats. Originalimportören och hans märkesverkstäder brukar dock, för att skydda varumärkets kvalitetsstämpel, ändå genomföra erforderliga reparationer och serviceåtaganden enligt garantin, även om tidsutdräkten kan bli en annan än den som skulle ha gällt för ett for-

don som nått marknaden genom originalimportörens medverkan.

För att tillförsäkra i legal ordning parallellimporterade produkter långsiktig trovärdighet på marknaden är det nödvändigt att berörda myndigheter med kontrollfunktioner är strikta i sin myndighetsutövning, t.ex. i att beivra parallellimport av livsmedel som saknar innehållsdeklaration på svenska eller påtala brister i nödvändig konsumentupplysning.

4 Internationella erfarenheter¹⁶

Det pågår för närvarande utredningar på två håll i Europa om effekterna av Silhouette-domen: i Danmark och i Storbritannien. I Danmark arbetar en interdepartemental utredning med frågan på uppdrag av den danska regeringen. I Storbritannien utreds frågan av ett privat utredningsinstitut på uppdrag av EG-kommissionen.

4.1 Danmark

Arbetsgruppen fick sina direktiv i början av april 1998 och beräknas lämna sin rapport i mitten av januari 1999.

Bakgrunden till att arbetsgruppen tillsattes var att Erhvervsministeriet (ung. Näringsdepartementet) fann att man saknade en genomarbetad strategi och politik för parallellimport. Denna insikt hade man bl.a. kom fram till efter ett flertal uppvaktningar som pekat på konsekvenserna av det ärende i EG-domstolen, som senare kommit att kallas Silhouette-domen. Arbetsgruppens uppdrag anses primärt vara att analysera hur danska varumärkesinnehavares intressen kommer att påverkas om den danska regeringen bestämmer sig för att driva linjen om global konsumtion av varumärkesrättigheter, en linje som är den primära för den danska regeringen. Dessutom pågår en diskussion bland danska klädexportörer - Danmark är nettoexportör av kläder - om effekterna vid tillämpning av principerna om global respektive regional konsumtion. Kända varumärken med danskt ursprung är t.ex. Vero Moda, Carli Gry, Matinique och Peak Performance.

De danska konsumentorganisationernas reaktioner direkt efter Silhouette-domen var mycket distinkta till förmån för en positiv syn på fortsatt parallellimport. Därefter har konsumentorganisationernas röster alltmer tystnat.

Arbetsgruppen har genom intervjuer och direkta brev till parallellimporterande företag så här långt kommit fram till följande.

Någon offentlig statistik som kan ge vägledning om parallellimportens storlek och ursprung finns inte. Det enda undantaget är läkemedel, som är föremål för särskilt registreringsförfarande.

¹⁶ Detta avsnitt bygger på Hallman, appendix 1 och 2.

De varuområden där parallellimport förekommer i mer betydande omfattning är kläder, skor, sportutrustningar, läkemedel och kosmetik. För läkemedel är marknadsandelen för parallellimporterade produkter ca 10 procent, medan marknadsandelen för parallellimporterade kläder är ca 5 procent.

Parallellimporterade läkemedel är prissänkta med minst 5 procent, medan prissänkningarna för parallellimporterade kläder vanligen uppgår till ca 30 procent.

Parallellimporten beräknas uppgå till högst 0,5 procent av den totala privata konsumtionen. Vidare har framkommit att omfattningen av parallellimporten är mindre än vad man inledningsvis förväntade sig samt att s.k. factory outlets har haft betydligt mindre framgång i Danmark än i Sverige. Enligt uppgift har enstaka effekter av Silhouette-domen noterats, t.ex. en prishöjning med ca 50 procent på Levi's jeans.

4.2 EU

Utredningsinstitutet National Economics Research Associates, NERA, har erhållit EG-kommissionens uppdrag att utreda de ekonomiska konsekvenserna m.m. av en utvidgning av konsumtionsbegreppet i fråga om varumärkesrätten. Förutom effekter för prisbildning och konkurrens kommer resurser också att läggas ner på att försöka beskriva och analysera hur en global konsumtion av varumärkesrätten kan återverka på andra rättigheter, t.ex. patenträttigheter, copyrights samt skydd för form och design.

NERA har efter vissa inledande studier och diskussioner kring utredningsmetodik fastnat för att närmare studera omkring tio varuområden, bl.a. CD-skivor och böcker, videoapparater och andra produkter inom området "consumer electronics", motorfordon, hushållskapitalvaror, alkohol och läskedrycker, konfektyr, kläder och skor, läder samt kosmetika. Härutöver kommer NERA att utifrån tidigare kunskaper och erfarenheter lämna en särskild beskrivning av läkemedelsmarknaden. NERA samarbetar med ett företag speciellt inriktat på marknadsundersökningar genom vilket data till undersökningen samlas in per telefon från utvalda företag baserat på frågor i ett särskilt frågeformulär. När det gäller läkemedel har, som ovan nämnts, metodiken varit en annan när det gäller att samla data för den slutliga analysen.

Svarsfrekvensen på telefonintervjuerna har varit förhållandevis låg. Därutöver har kvaliteten i avgivna svar varit skiftande. Utifrån de

erhållna svaren har framkommit att parallellhandeln har mindre omfattning än vad man från NERA:s sida hade förväntat sig. NERA kommer i sin slutrapport också att behandla parallellhandels inverkan på värdet av inarbetade varumärken liksom på varumärkesinnehavarnas intresse av att för framtiden, genom t.ex. reklaminsatser, stötta sina varumärken. Vidare kommer NERA att beröra växelkursdifferenser och dess effekter på prisbildningen. Slutrapporten är planerad till mars månad 1999.

5 Effekter av en övergång till regional konsumtion för den svenska marknaden¹⁷

5.1 Vinnare och förlorare

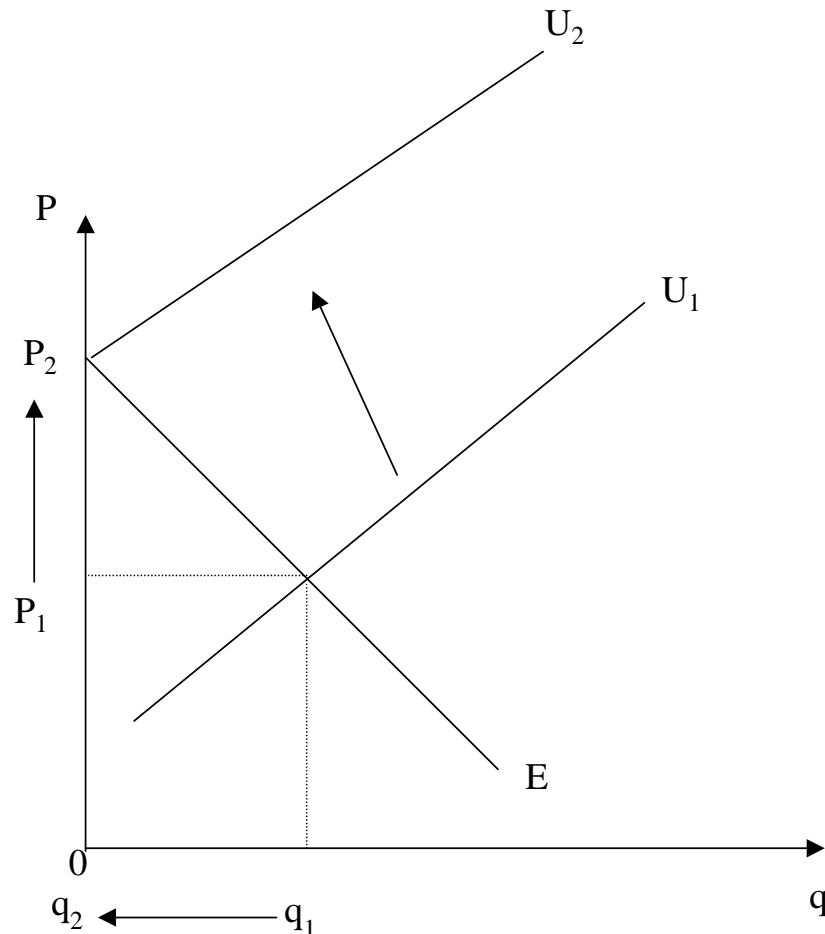
Det finns fyra aktörer som antingen är vinnare eller förlorare på en övergång till regional konsumtion: Parallellimportörerna, konsumenterna, befintliga märkesbutiker/dess agenter och staten. Effekterna är både direkta och indirekta. De olika berörda aktörerna kan också tänkas påverkas på ett visst sätt i ett inledningsskede men efter en period kan resultatet vara ett helt annat, dvs. olika typer av dynamiska effekter.

Studien är koncentrerad till de effekter som, teoretiskt sett, inträffar direkt vid en övergång till regional konsumtion. Ett antagande som ligger till grund för bedömningen av de samhällsekonomiska effekterna är att den befintliga parallellimporten från tredje land – motsvarande ca 5,5 miljarder kronor – upphör då förbudet träder i kraft.

¹⁷ Detta avsnitt bygger i huvudsak på Hallman, kap. 6 och 9 samt HUI, kap. 3.

Effekterna på parallellimportmarknaden beskrivs i diagram 1 nedan.

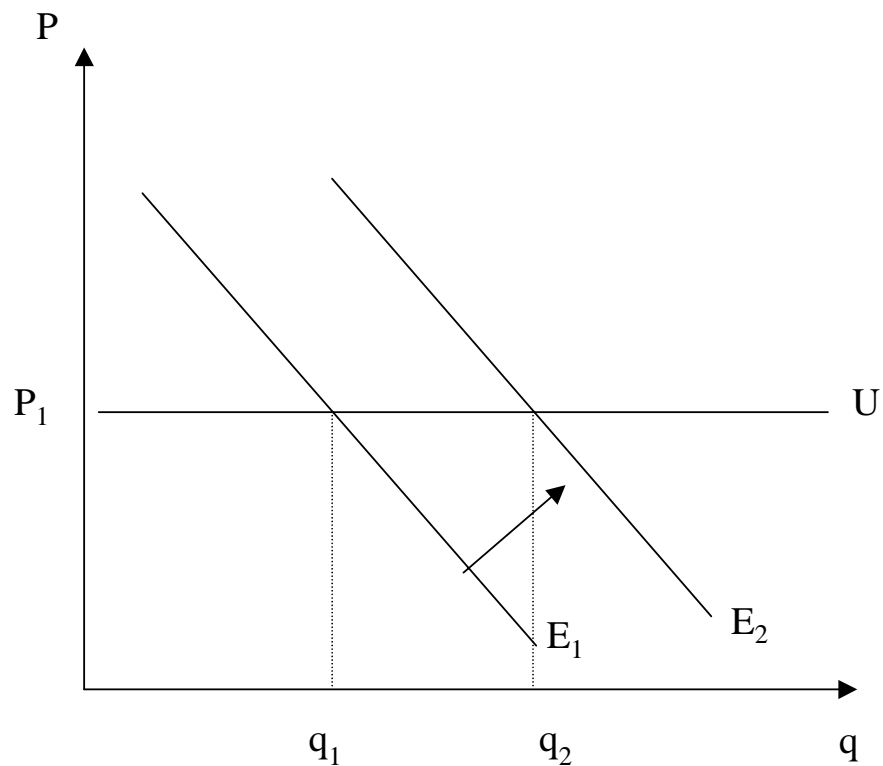
Diagram 1: Marknaden för parallellimport före och efter en övergång till regional konsumtion



Den tidigare marknaden för parallellimport hade före förbudet en jämvikt vid prisnivån p_1 och kvantiteten q_1 . När förbudet införs upphör utbudet av parallellimporterade varor och den nya utbudskurvan skiftar inåt till u_2 . Den nya utbudskurvan u_2 är identisk med de befintliga märkesbutikernas utbudskurva. Resultatet för parallellimport-marknaden är att priset stiger till p_2 . Vid denna prisnivå är den efterfrågade kvantiteten på parallellimporterade varor q_2 – dvs. noll. Således upphör marknaden för parallellimport.

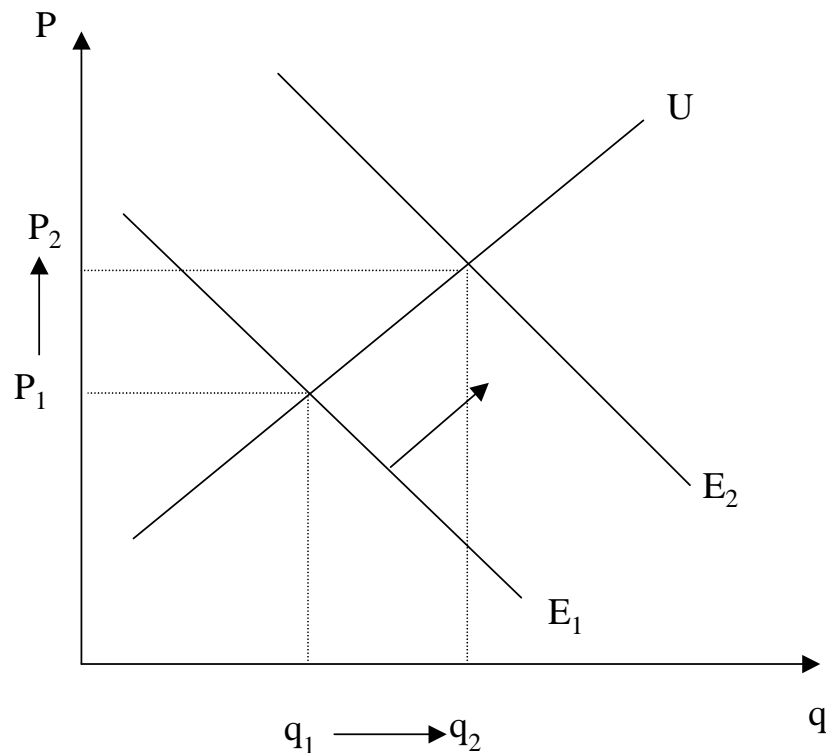
Omsättningen från den parallellimporterade sektorn övergår dels till redan befintliga märkesbutiker och dels till andra inköskanaler (främst Internet). Beskrivningen av detta framgår av diagram 2 och 3 nedan.

Diagram 2: Internetmarknaden före och efter en övergång till regional konsumtion



Före förbudet mot parallellimport såldes kvantiteten q_1 till priset p_1 på Internetmarknaden. När parallellimporten förbjuds ökar efterfrågan på Internetmarknaden och efterfrågekurvan skiftar utåt till e_2 . Internetmarknaden kommer därmed att sälja kvantiteten q_2 till priset p_1 efter förbudet mot parallellimport. Den helt räta utbudskurvan förklarar av att Internetmarknaden är en världsmarknad.

Diagram 3: Marknaden för märkesbutiker före och efter en övergång till regional konsumtion



Efter förbudet mot parallellimport kommer efterfrågan i märkesbutikerna att öka – efterfrågekurvan skiftar utåt från e_1 till e_2 . Detta resulterar i att märkesbutikernas omsättning kommer att öka till q_2 samtidigt som prisnivån stiger till p_2 .

De samhällsekonomiska effekterna av förbudet mot parallellimport kartläggs nedan i form av räkneexempel som tar sin utgångspunkt i siffror om parallellimportens andel av den totala handeln, de ovan anförda prisrelationerna, samt kända relationer mellan omsättning i handeln och skattebetalningar och sysselsättning. Mest osäkert i räkneexemplet är emellertid hur mycket av parallellimporten som flyttar över till Internet respektive märkesbutikerna. Ett antagande i det avseendet visas i tabell 1, nedan. Det försiktiga antagandet är att mindre än hälften av parallellimporten kommer att ersättas av inköp via Internet.

Tabell 1: Omsättning via Internet, parallellimport och övrig handel före och efter en övergång till regional konsumtion, mdr kronor

Med parallellimport			Utan parallellimport		
Internet	Parallellimport	Övrig handel	Internet	Parallellimport	Övrig handel
1,0	5,5	282,0	3,5	0,0	285,0

Källa: HUI

Före Silhouette- domen bedömdes handeln via Internet ha omsatt cirka 1 miljard svenska kronor, parallellimporten från tredje land cirka 5,5 miljarder kronor och den övriga handeln 282 miljarder kronor. Efter domen bedöms omsättningen från parallellimporten komma att fördelas dels på Internet och dels på övrig handel. Internethandeln antas få ett tillskott på 2,5 miljarder kronor medan tillskottet till övrig handel antas bli 3 miljarder kronor.

Nettoeffekterna för de berörda aktörerna beskrivs nedan. Där beräknas också kortsiktiga effekter för sysselsättning, skatter m.m. I ett längre perspektiv sker en rad andra Anpassningar, som diskuteras längre fram.

Parallellimportörerna antas förlora 2,5 miljarder kronor till handel via Internet och 3 miljarder kronor till befintlig handel dvs. totalt 5,5 miljarder kronor. Omräknat i antal sysselsatta är det cirka 5 500 personer, då omsättningen per sysselsatt i svensk detaljhandel är beräknad till ungefär 1 miljon kronor¹⁸.

Övrig handel antas få ett tillskott på cirka 3 miljarder kronor, vilket omräknat till antal sysselsatta utgör cirka 3 000 personer. Den ökade omsättningen leder även till en ökad vinst på ungefär 100 miljoner kronor före skatt. Det genomsnittliga resultatet före skatt utgör ungefär 3 procent av omsättningen, vilket ligger till grund för beräkningen av ökad vinst.

Konsumenterna går genom en övergång till regional konsumtion miste om möjligheten att köpa märkesvaror till lägre priser. Hur mycket denna förlust är värd för konsumenten är dock ytterst svårämätbart. Ett försök att skatta priset för konsumenterna redovisas i följande avsnitt 5.2. Att det är frågan om en förlust är dock helt klart.

¹⁸ Källan till den beräknade omsättningen per sysselsatt är uppgifter från SCB.

Staten förlorar skatteintäkter. Omsättningen via Internet bedöms öka med 2,5 miljarder kronor. Till den största delen är det troligt att staten kommer att undanhållas moms på denna omsättning. Detta förutsätter visserligen att kunderna betar sig olagligt. Men i praktiken kan det visa sig mycket svårt för staten att övervaka och faktiskt driva in dessa momsbetalningar.¹⁹ De minskade momsintäkterna uppgår till cirka 500 miljoner kronor. Antalet sysselsatta bedöms netto minska med 2 500 personer. Detta skulle leda till minskad inkomstskatt på ca 130 miljoner kronor, då antalet arbetslösa skulle öka med 2 500 personer. A-kassans utgifter skulle öka med 350 miljoner kronor. Justerat för den inkomstskatt som kommer från A-kasseersättningen skulle den totala summan inkomstskatter minska med ungefär 20 miljoner kronor netto. Staten skulle även gå miste om bolagsskatt på 75 miljoner kronor netto samt arbetsgivaravgifter på cirka 150 miljoner kronor. Totalt sett skulle därmed statens kostnader öka med cirka 350 miljoner kronor samtidigt som intäkterna skulle minska med cirka 750 miljoner kronor. Därutöver skulle arbetslösheten öka med cirka 2 500 personer. Effekterna är sammanställda i tabell 2:

Tabell 2: Samhällsekonomiska effekter vid en övergång till regional konsumtion

Märkesbutiker	Ökad försäljning med 3 miljarder kronor
Parallellimport	Minskad försäljning med 5,5 miljarder kronor
Konsumenten	Högre priser
Staten	
- Minskad sysselsättning	2 500 sysselsatta
- Minskade momsintäkter	500 miljoner kronor
- Minskad inkomstskatt	20 miljoner kronor
- Minskad bolagsskatt	75 miljoner kronor
- Minskade arbetsgivaravgifter	150 miljoner kronor
- Totalt minskad skatt m.m.	750 miljoner kronor
- Ökade utgifter för A-kassan	350 miljoner kronor

Källa: HUI

Således skulle ett förbud mot parallellimport innebära en tydlig samhällsekonomisk förlust.

¹⁹ När det gäller t.ex. dataprogram och musik som kan levereras via Internet är det över huvud taget omöjligt att kräva in moms. När det gäller paket måste man räkna med att leverantörer anpassar sig till försök att övervaka hårdare. Det är t.ex. redan nu vanligt att leverantörer delar upp försändelser i paket med mindre värde än det som kräver tulldeklaration.

På längre sikt kan det dock tänkas att effekterna blir något annorlunda. En viktig aspekt är att minskad sysselsättning antas leda till anpassning eller "jämviktseffekter". Att sysselsättningen minskar bör i princip pressa löneläget, vilket innebär att fler kan anställas. På sikt borde således effekten på sysselsättningen inte bli lika stor som tidigare angivits men i gengäld skulle löneläget pressas något.

5.2 Priseffekter vid minskad parallellimport till Sverige

Om än inte i alla sammanhang kan parallellimport förknippas med låga priser, vilket också framgån av det tidigare. Det innebär självfallet också att parallellimport pressar priserna inom den bransch eller de marknadssegment där importen förekommer, vilket också ger effekter på den allmänna prisnivån.

Utifrån beräknade marknadsandelar för parallellimporterade produkter och prisnedsättningarnas storlek kan följande uppskattning göras av parallellhandels direkta påverkan på prisnivån inom respektive bransch och på den allmänna prisnivån.²⁰

För de branscher där parallellimporten är av större omfattning, dvs. handel med bildelar och bilreservdelar, handel med kläder och skor och handel med läkemedel uppgår den direkta påverkan på prisnivån i respektive bransch till mellan 0,5 (läkemedel) och 4 - 5 procent (bildelar och bilreservdelar). För kläder och skor kan den direkta påverkan på prisnivån i respektive bransch uppskattas till ca 3 respektive ca 1,5 procent.

Uppräknat till den allmänna prisnivån kan den direkta påverkan av den sammantagna parallellhandeln beräknas till omkring 0,2 procent, huvudsakligen hänfört till kläder och skor som står för en relativt stor del av den privata konsumtionen. Vad som ovan redovisats är de mer direkta, statiska effekterna på prisbildningen av den parallellimport som nu förekommer. Härtill kommer de dynamiska effekter som sammanhänger med det potentiella konkurrenstryck parallellimporten skapar. Detta konkurrenstryck minskar riskerna för rena kartellbildningar och andra konkurrensbegränsande förfaranden som är till nackdel för konsumenterna. Med tanke på priskänsligheten inom flera av de branscher där parallellimporten har något större utbredning är det inte osannolikt att parallellhandels indirekt prispåverkande effekter skulle kunna

²⁰ Se Hallman, underbilaga 5.

antas vara av samma storleksordning som de direkta, dvs. i storleksordningen 0,2 procent.

Mycket talar således för att en övergång till regional konsumtion, allt annat lika, leder till negativa effekter för konkurrens och prisbildning. En möjlighet att undgå detta är om de företag som parallellimporterar kläder och skor kan finna märkesprodukter från varumärkesrättsinnehavare inom EES-området, som alltså kan importeras från annat EES-land och i samma volymer och till samma priser som för närvarande. Eftersom handeln med denna typ av varor är starkt varumärkesanknuten kräver dock nya leveranskällor också att konsumenternas preferenser kan ändras och skifta över till nya varumärken. En annan möjlighet är att den nuvarande parallellimporten ersätts med andra former av prispressande import (se vidare avsnitt 5, Internethandel).

5.3 Effekter för parallellimportörerna

Det totala värdet av parallellimporten till Sverige uppgår till närmare 9 miljarder kronor, omräknat i försäljningskronor till konsument. Av detta avser drygt 60 procent parallellimport av produkter med annat ursprungsland än inom EES-området, främst USA och länder i Asien, bl.a. Kina. De produktområden som främst omfattas av parallellimport från ”tredje” land är kläder och skor, bildelar/reservdelar, motorcyklar och snöskotrar.

En stor del av den parallellimport som i dag kommer in på den svenska marknaden skulle således falla bort om Silhouette-domen skulle få en fullständig efterlevnad. Att de parallellimporterande företagen fullt ut skulle hitta nya leverantörskällor för de bortfallande varumärkesprodukterna är inte sannolikt, varför bortfallet i huvudsak får ses som definitivt för såväl de parallellimporterande företagen som för konsumenterna.

En tendens som kan skönjas hos de parallellimporterande företagen, inklusive s.k. factory outlets, är att företagen börjat söka nya vägar och affärskontakter för sina affärer. Så ökar t.ex., om än så här långt i relativt liten omfattning, parallellimport av produkter från varumärkesrättsinnehavare med säte inom EES-området, t.ex. kläder från Italien. Andra tecken på delvis ändrade inriktningar är utveckling och marknadsföring av egna varumärken, t.ex. varumärket Stenmark inom HK Factory Outlet-kedjan, samt försäljning i konsignation av sådana varumärkesinnehavares produkter som saknar representation på svenska marknaden genom generalagent eller motsvarande.

Den parallellimport som i dag förekommer inom läkemedelsområdet påverkas inte av Silhouette-domen, då handeln hittills helt varit en EES-områdesangelägenhet. Däremot innebär Silhouette-domen att parallellimportörerna inte kan utsträcka sitt leverantörsnät till källor inom två stora läkemedelsländer som USA och Japan. Det är dock tveksamt om denna begränsning på kortare sikt har någon större betydelse för parallellimporten av läkemedel till Sverige, då såväl USA som Japan allmänt är att betrakta som högprismarknader. Det hindrar dock inte att enstaka produkter på de amerikanska eller japanska marknaderna skulle kunna vara intressanta för parallellimport.

Parallellimporten av läkemedel till den svenska marknaden kan komma att sjunka under år 1999, om inte länsrättens dom står sig och parallellimporten av Losec i kapselform därmed skulle falla bort. Detta skulle dock inte vara en effekt av Silhouette-domen utan en effekt av reglerna för registrering och parallellimport av läkemedel. Successivt skulle dock detta bortfall troligen ersättas av parallellimport av andra läkemedel, då takten för inregistreringar av parallellimporterade läkemedel hos Läkemedelsverket för närvarande är relativt hög. Vid sidan av ett utökat sortiment av parallellimporterade läkemedel kommer sannolikt flera av de nu verk samma parallellimportörerna på läkemedelsmarknaden att utvidga sin affärsidé till att också omfatta generiska läkemedel.

Den framförhållning som karakteriserar de företag som aktivt arbetar med parallellimport inom olika branscher kan möjligen tyda på att de tidigare redovisade effekterna av Silhouette-domen på sysselsättningen inte i första hand kommer att drabba de berörda parallellimportföretagen. De företag som är verksamma med parallellhandel kännetecknas av en stark entreprenörsanda och har oftast en lösning på alla uppkommande problem i form av nytänkande och ändrad affärsinriktning.

5.4 Utvecklingen utan beaktande av Silhouette-domen

Utredningen har även behandlat frågan om parallellimportens påverkan på den svenska marknaden givet att någon begränsning av importen inte skett, både såvitt avser de varuområden där parallellimport idag förekommer och de varuområden där det ännu inte förekommer. Det finns därmed anledning att något beröra andra omständigheter som kan påverka den fortsatta parallellimporten från tredje land. Någon fullständighet eftersträvas inte,

utan syftet är snarare att peka på olika faktorer som, oavsett domen eller inte, skapar vissa gränser för möjligheten att parallellimportera.

- Världsekonomin genomgår för närvarande en stark koncentration i alla förädlingsled - och på praktiskt taget alla geografiska marknader - vilket innebär att antalet tillverkare och köpare minskar. Detta leder till att antalet direktkontakter och affärsavslut mellan köpare och säljare ökar, vilket med nödvändighet innebär att antalet mellanhänder, och därmed risken för produktläckage, minskar.
- I samma riktning verkar successiva omläggningar av lagerhållning och logistik med inriktning mot att minska antalet lagerställen. I vissa fall sker koncentration till endast ett centrallager för hela Europa. När det gäller logistik går utvecklingen mot att utnyttja mellanhänder endast i transportsyfte etc.
- Varumärkesrättsinnehavare låter sig inte längre representeras på olika geografiska marknader av generalagenter, utan etablerar egna dotterbolag som bärare av varumärkesrätten. På så vis ökar varumärkesrättsinnehavarens möjligheter att kunna kontrollera sina varuflöden.

Andra omständigheter, av mer generell karaktär, dvs. oavsett om parallellimporten sker från land inom EES-området eller inte, är exempelvis:

- Nationella prissättningsregler, som kräver en viss minsta prissänkning av parallellimporterade produkter för att de skall få saluhållas inom ramen för gällande försäkringsregler. I Sverige krävs t.ex., enligt praxis utvecklad inom Riksförsäkringsverket, att parallellimporterade läkemedel skall hålla ett pris som med minst 10 procent understiger priset från varumärkesrättsinnehavaren eller dennes generalagent. Denna praxis är, som nämnts, föremål för överväganden inom Riksförsäkringsverket.
- Nationella bestämmelser om märkning av livsmedel. Enligt de i Sverige gällande märkningsreglerna skall all märkning vara avfattad på svenska eller på sådan skandinaviska att den kan förstås av svenskar.

Inom EU sker ständigt en utveckling av rådande regelverk i syfte att öka förutsättningarna för en väl fungerande inre marknad. Detta regelverk, som syftar till standardiseringar av produkter och eko-

nomiska genomlysningar av den inre marknaden, kan samtidigt verka i riktning mot att försvåra handel från tredje land, bl.a. i form av parallellimport. Sådana regler omfattar bl.a.:

- Regelverk för att standardisera utformningen av bilar och motorcyklar. Exempelvis väntar sig som nämnts företrädare för motorcykelhandeln, oavsett Silhouette-domen, en minskning i parallellimporten av motorcyklar från USA genom att Sverige under de närmaste ca sex månaderna skall implementera regler angående standarder m.m. i fråga om motorcyklar. Implementeringen väntas leda till en ökad noggrannhet vid registreringsbesiktningen av parallellimporterade motorcyklar, vilket i sin tur väntas leda till ökade kostnader för parallellimportörerna vid iordningställandet av motorcyklarna till europeisk standard.

Det råder delade meningar huruvida den gemensamma valutan - euron - från den 1 januari 1999 kommer att påverka förutsättningarna för parallellimport. Endast framtiden kommer att kunna utvisa om euron skapar en enhetlig prisnivå för olika produkter inom hela Europa - och därmed raderar ut förutsättningarna för parallellimport - eller om prissättning i euro kommer att åtföljas av nationella rabatteringsystem eller dylikt, som också för framtiden skulle skapa förutsättningar för parallellhandel och privatimport. Företrädare för Internethandeln är övertygade om att den enhetliga prissättningen i euro - och de förenklingar detta innebär - redan under nästa år kommer att leda till en stark ökning av den elektroniska handeln. Frågan om Internet behandlas i nästa avsnitt.

5.5 Internethandel

Redan i dag finns stora möjligheter för privatpersoner att köpa märkesvaror via Internet. Möjligheterna lär knappast bli mindre utan snarare större i framtiden. Det är även troligt att framtidens konsumenter kommer att vara betydligt mer vana vid att göra sina inköp via Internet än vad som är fallet i dagsläget. Det beror framförallt på att dessa konsumenter - dvs. dagens ungdomar - i större utsträckning än sina föräldrar har datorvana. Därmed är det sannolikt att de kommer att använda datorn som hjälpmedel vid inköp i större utsträckning än äldre generationer. Detta innebär sannolikt att handeln via Internet kommer att få ökad betydelse i framtiden.

Det finns en mängd olika sökvägar på Internet och man kan använda vilken som helst för att söka efter hemsidor som säljer de produkter man är intresserad av. Skriver man in namnet på den märkesvara som man vill köpa kommer det upp ett flertal hemsidor

som erbjuder kunden möjlighet att köpa den eftersökta varan. Hemsidorna informerar om vilka storlekar som finns tillgängliga, priset på varan, pris för leveransen samt vilka betalningssätt som är möjliga. Genomgående är betalning med kreditkort vanligast förekommande. Generellt sett är hemsidorna mycket användarvänliga och priset på varorna är ofta betydligt lägre än i Sverige. Möjligheterna till inköp via Internet medför att världen krymper i den meningen att det i stort sett är lika enkelt att göra sina inköp från en dator i Sverige som att göra motsvarande inköp från en dator i exempelvis USA. Därmed öppnas en betydligt större marknad för de svenska konsumenterna, vilket med all sannolikhet innebär att privatimporten kommer att öka markant eftersom de flesta varor som saluförs via Internet kostar betydligt mindre än motsvarande varor som säljs via butik i Sverige. Således är det i princip möjligt för konsumenterna att även i fortsättningen göra sina inköp av märkesvaror till lägre priser. Skillnaden ligger i att inköpen kan göras direkt av konsumenten via Internet, dvs. privatimport och inte via en parallellimportör.

Det finns redan i dag många olika aktörer på Internet som säljer märkesvaror till markant lägre priser än vad som är fallet på den ordinarie svenska marknaden. Det går exempelvis alldeles utmärkt att köpa ett par märkesjeans via Internet och få dem levererade till hemmet för ca 400 kronor – jämfört med ca 650-700 kronor i en märkesbutik.

Motsvarande gäller för en mängd märkesvaror inom framförallt klädes-, sko-, och sporthandeln. Inom en snar framtid kommer det troligen att finnas ännu fler aktörer som erbjuder konsumenterna denna tjänst via Internet. Därmed utökas tillgängligheten ytterligare. Tabell 2 exemplifierar prisnivåerna på Internet jämfört med priserna i märkesbutik och jämfört med motsvarande parallellimporterade varor.

Tabell 2 Prisjämförelse Internet, traditionell butik och parallellimport

	Internet ¹	Märkesbutik	Parallellimport
Märkesjeans	400:-	650-700:-	450-500:-
Märkesskor	400:-	600:-	400-450:-
Märkesjacka	1780:-	3500:-	2500:-

1: Inklusive frakt, exklusive moms

Källa: HUI

Prisförhållandena är typiska för många varor. Genomgående är att priset via Internet är betydligt lägre – ibland halva priset – jämfört med köp direkt i en märkesbutik. Detta gäller även andra varor än de som finns redovisade i tabellen. Prisskillnaden är i sig ett starkt incitament för konsumenten att göra sina inköp via Internet.

I dagsläget utgör osäkerheten med betalning över Internet en hämmande faktor för utvecklingen. Så länge konsumenten känner oro för att säkerheten inte är garanterad kommer hon med all sannolikhet att vara relativt återhållsam med att handla via Internet. Det mest troliga är dock att det inom en snar framtid kommer att finnas säkra betalningsmetoder. Därmed skulle en viktig hämmande faktor för Internethandelns utveckling vara undanröjd. Ytterligare nackdelar med Internethandeln, jämfört med inköp via traditionella butiker, är problem med kvalitet, service, möjligheter att prova produkten, leveransproblem, m.m. som kan uppfattas negativt av konsumenterna.

Sammanfattningsvis kan en långsiktig effekt bli att begränsningen av parallellimport från tredje land påverkar Internethandeln tillräckligt för att sätta igång en lavinartad utveckling eller att den exponentiella tillväxten i näthandeln tidigareläggs, något som många väntar sig. Om detta är en riktig beskrivning av det dynamiska förloppet skulle en övergång till regional konsumtion paradoxalt nog kunna få positiva effekter för konsumenterna på sikt – framför allt i form av lägre priser men även i form av ett större utbud och ett effektivare inköpsmönster, då varor som köpts via Internet ofta levereras direkt hem till dörren. Därmed gör konsumenten en viss tidsbesparing. Staten skulle dock fortfarande förlora.

De befintliga märkesbutikerna och generalagenterna för märkesvaror kommer däremot troligen att påverkas negativt i det något längre perspektivet. Detta grundas på att konsumenterna inom en snar framtid antas göra en stor del av sina inköp via Internet. En försiktig bedömning är att Internethandeln med märkesvaror mycket väl kan komma att överstiga den omsättning på cirka 5,5 miljarder kronor som parallellimporten från tredje land hittills har svarat för. Om detta skulle bli fallet kommer det att drabba de befintliga märkesbutikerna genom minskad försäljning. En utjämning av priserna mellan de olika marknaderna är också en trolig följd i ett längre perspektiv. För Sveriges del innebär det att priserna i märkesbutikerna generellt sett borde sjunka.

6 Sammanfattande bedömning

Regeringens uppdrag till Konkurrensverket avser en kartläggning och analys av konsekvenserna för den svenska marknaden och för svenska konsumenter och producenter av en övergång till tillämpning av principen om regional konsumtion inom varumärkesrätten. I regeringens uppdraget preciseras ett antal frågeställningar som rör dessa konsekvenser.

En sådan utvidgning av varumärkesskyddet i Sverige är en följd av EG-domstolens utslag i det s.k. Silhouettemålet. Den företeelse som direkt påverkas är parallellimport av märkesvaror, dvs. import vid sidan av reguljära distributionskanaler, såsom generalagenter, vilka har rätten till varumärket på den svenska marknaden.

Som underlag för analysen har Konkurrensverket låtit genomföra två konsultstudier som från olika utgångspunkter har kartlagt de teoretiska, faktiska och potentiella konsekvenserna. De sammanfattande bedömningar som redovisas i det följande baseras dels på resultat från dessa studier, dels på information som verket på annat sätt tagit del av.

Vilken omfattning och inriktning har parallellimporten inom olika varuområden?

Värdet av den totala årliga försäljningen av parallellimporterade produkter uppskattas till ca 9 miljarder kronor. Detta motsvarar ca 1 procent av den totala privata konsumtionen. Härav bedöms drygt 60 procent – ca 5,3 miljarder kronor eller 0,6 procent av den privata konsumtionen – ha sitt egentliga ursprung i ett land utanför EES-området. 40 procent av den totala parallellimporten har således sitt ursprung inom EES-området och påverkas därmed inte av Silhouette-domen.

De varuområden där parallellimporten värdemässigt bedöms ha stor omfattning är kläder (4000 mkr.), bildelar och bilreservdelar (3000 mkr.), läkemedel (1000 mkr.) samt skor (400 mkr.). Parallellimport av viss betydelse, men understigande 100 miljoner kronor, förekommer bl.a. inom områdena livsmedel, snöskotrar, golfutrustning, däck och motorcyklar.

Räknat som andel av försäljningen på den svenska marknaden har parallellimporten särskild betydelse på bilreservdelsområdet med en uppskattad marknadsandel på ca 20 procent. På flertalet av de övriga redovisade områdena bedöms parallellimportens andel ligga mellan 5 och 10 procent medan andelen för däck stannar vid ca 2 procent. På livsmedelsområdet är dock marknadsandelen för parallellimporten betydligt lägre – uppskattningsvis under en tiondels procent.

Hur påverkas pris- och konkurrensförhållandena i berörda branscher av en ändrad rättstillämpning?

I de branscher där parallellimport av större betydelse förekommer har prisnedsättningarna i förhållande till de reguljära priserna bedömts ligga i storleksordningen 10-30 procent. I handeln med kläder förekommer dock prisnedsättningar på parallellimporterade varor upp till 50-70 procent. Om en ändrad rättstillämpning leder till att parallellimporten upphör och ersätts med försäljning till reguljära priser uppkommer en direkt prisetseffekt som beror dels på prisnedsättningarnas storlek, dels på parallellimportens andel i den berörda branschen. Den kraftigaste prisetseffekten av ett bortfall av parallellimporten har bedömts uppkomma för bildelar och bilreservdelar, nämligen 4-5 procent. För exempelvis kläder har den direkta prisetseffekten uppskattats till 3 procent och för skor till 1,5 procent.

Dessa effekters genomslag i den allmänna prisnivån påverkas också av det berörda varuområdets andel av den totala privata konsumtionen. En samlad bedömning av de direkta prisetseffekter som har beräknats för olika varuområden visar att ett bortfall av parallellimporten kortsiktigt skulle höja den allmänna prisnivån med 0,2 procent.

Ett bortfall av parallellimporten skulle emellertid även få mer indirekta och långsiktiga effekter på konkurrensförhållandena i de berörda branscherna. Genom den existerande lågprisimporten, och medvetandet om att sådan import kan stimuleras av höga priser på den svenska marknaden, uppkommer en prispress på den reguljära försäljningen genom etablerade försäljningskanaler. Storleken av denna indirekta prisetseffekt av faktisk och potentiell parallellimport är givetvis svår att precisera. En rimlig uppskattning är att effekten kan ligga i samma storleksordning som den ovan redovisade direkta effekten. Totalt skulle därmed prisetseffekten av ett bortfall av

parallellimporten kunna uppskattas till ca 0,4 procent räknat på den allmänna prisnivån.

Hur skulle parallellimporten ha påverkat den svenska marknaden givet att någon begränsning av importen inte hade skett?

Parallellimport innebär i princip en form av geografisk prisutjämnning mellan lågprisområden och högprisområden. Det kan teoretiskt visas att den omfördelning av varor som härigenom uppkommer medför välfärdsvinster, dvs. en ökning av den samlade produktionen, åtminstone i de högprisområden som är mottagare av varuströmmarna. Parallellimport kan därmed antas öka konsumentnyttan i EU och i än högre grad i Sverige.

En närmare analys av parallellimportens effekter visar dock att olika aktörer kan påverkas på skilda sätt. Konsumenterna, parallellimportörerna, den etablerade märkesvaruhandeln och staten kan i varierande mån vara vinnare eller förlorare vid en fortsatt resp. utebliven parallellimport. För att illustrera påverkan av parallellimporten har en beräkning gjorts av vissa effekter för dessa fyra grupper i en situation utan parallellimport, jämförd med nuläget.

Om parallellimportens påverkan på den svenska marknaden upphör skulle

konsumenterna drabbas av prishöjningar som totalt kan uppskattas motsvara en engångsinflation på 0,4 procent men som på vissa varuområden innebär en inte oväsentlig fördyring,

parallellimportörerna förlora en försäljning på 5 500 miljoner kronor (varav 55 procent antas gå till befintlig handel och 45 procent till Internethandel) vilket motsvarar en minskad sysselsättning med ca 5 500 personer,

övrig handel få en ökad försäljning med 3 000 miljoner kronor, vilket möjliggör en sysselsättningsökning med ca 3 000 personer och en vinstökning med ca 100 miljoner kronor,

staten få minskade skatteintäkter med 750 miljoner kronor samt ökade utgifter för A-kassan med 350 miljoner kronor till följd av en nettoökning av arbetslösheten med ca 2 500 personer.

Vilka effekter riskerar begränsningen innebära i ett längre perspektiv jämfört med om parallellimporten spridit sig till övriga varuområden där parallellimport ännu inte förekommer?

De effekter som redovisats hittills utgår från ett statiskt perspektiv som bortser från eventuella motåtgärder till följd av det ändrade rättsläget. En möjlighet som inte helt bör uteslutas är emellertid att parallellimporten fortsätter i stort som hittills trots Silhouette-domen. En annan möjlighet är att lågprisvaror kommer att söka sig fram till den svenska marknaden på andra vägar än via de nuvarande formerna för parallellimport. Den möjliga utveckling som särskilt bör beaktas är en snabb ökning av privatimporten, främst genom Internethandel.

Den framtida utvecklingen i ett längre perspektiv är omöjlig att med större grad av säkerhet förutse, eftersom den i hög grad är beroende av faktorer som enskilda affärsmäns initiativ, innovationer på distributionsområdet, den tekniska utvecklingen och konsumenternas preferenser. Denna osäkerhet gäller såväl den hypotetiska utvecklingen av parallellimporten om principen om global konsumtion av varumärkesrätten fortsatt hade kunnat tillämpas som den faktiska utvecklingen under rådande förutsättningar.

Ett scenario som inte helt bör uteslutas är att en märkbar minskning av parallellimporten i nuvarande former faktiskt sker och att detta i sin tur ger incitament till en tidigare och snabbare ökning av privatimporten än som annars hade varit fallet. Den ovan redovisade bedömningen av vinnare och förlorare skulle i ett sådant scenario förändras så till vida att konsumenterna skulle framstå som vinnare, främst till följd av lägre priser och ett breddat utbud. Däremot skulle effekterna för den etablerade märkesvaruhandeln och staten fortfarande vara negativa.

Vilka internationella studier och erfarenheter finns?

Denna rapport från Konkurrensverket är även i ett internationellt perspektiv den första samlade genomgången av Silhouette-domens effekter på parallellimporten som har offentliggjorts. Två liknande studier pågår emellertid för närvarande. I Danmark har regeringen uppdragit åt en interdepartemental arbetsgrupp att utreda bl.a. hur en övergång till global konsumtion av varumärkesrätten inom EU skulle påverka danska varumärkesinnehavares intressen. Gruppen förutses redovisa sitt uppdrag i januari 1999. Vidare har EG-

kommissionen uppdragit åt utredningsinstitutet National Economics Research Associates, NERA, att utreda de ekonomiska konsekvenserna m.m. av en utvidgning av konsumtionsbegreppet i fråga om varumärkesrätten. En slutrapport är planerad till mars 1999.

Övriga observationer

Inom såväl forskningen som den allmänna debatten framförs en rad argument mot parallellimport. Vissa av dessa avser risker för en ineffektiv resursanvändning medan andra handlar om att de fördelar som ett immaterialrättsligt skydd syftar till inte till fullo skulle uppnås. Den genomgång som har gjorts av sådana invändningar tyder dock inte på att de skulle ha sådan styrka att de kullkastar huvudresultatet av utredningen, nämligen att parallellimport medför ökad konsumentnytta i Sverige.

Bilaga 1
Silhouette-domen

Bilaga 2 Maglite-domen

**Bilaga 3
Parallellimport
till Sverige**

1998-11-30

**PeHe Konsult HB
Åke Hallman,
Lena Magnusson**

1. Inledning

Under sommaren 1998, den 16 juli, avfattade EG-domstolen en dom, som i sak innebar en juridisk tolkning av ett tidigare avfattat direktiv inom EU rörande parallellimport, den s k Silhouette-domen.

I sak fastslår domstolen att den s k konsumtionen av varumärkesrätten är en regional angelägenhet, inte en global. Denna tolkning av konsumtionen av varumärkesrätten står i motsats till tolkningen enligt svensk rätt, som genom praxis framhållit att konsumtionen av varumärkesrätten skall vara global, inte regional eller nationell. Med viss förenkling kan man säga att den svenska tolkningen grundar sig på en vidare syn av fri handel, medan EG-domstolens utslag markerar att den inre marknaden bör skyddas mot viss införsel, i det här fallet parallellimport, från tredje land.

Innebörden av domstolens utslag är att parallellimport från annat land än ett land inom EES-området, dvs medlemsländerna i EU samt Norge, Liechtenstein och Island, inte längre är tillåten. Där- emot är parallellimport inom EES-området i högsta grad tillåten, och i de flesta fall enligt EU:s myndigheter eftersträvansvärd. Genom en öppen och ”genomlyst” marknad inom EES-området önskar EU:s beslutande organ för framtiden undgå statliga prisre- gleringar och prismässiga marknadssegmenteringar. Tillsammans med produktstandardiseringar och gemensamma säkerhetsnormer etc skall detta lägga grunden för en väl fungerande inre marknad. Förekomsten av parallellimport, som tar till vara och på sikt suddar ut prisskillnader mellan olika marknader, anses vara en del i förut- sättningarna för en gemensam, sammanhållen inre marknad.

Mot bakgrund av EG-domstolens utslag – och effekterna av denna dom – har regeringen beslutat att tillsätta en utredning med upp- drag att kartlägga omfattningen av parallellimporten från olika länder och den dynamiska effekten av domstolsförslaget på kon- kurrens, priser och sysselsättning. Uppdraget har lagts på Konkur- rensverket (KV). Denna utredning och analys är en del av Konkur- rensverkets utredningsuppdrag.

Till underlag för den kartläggning och analys som presenteras i det följande ligger ca 25 personliga intervjuer med företrädare för branschorganisationer eller motsvarande samt med personer invol- verade i parallellimport (bilaga 1). Av bilagan framgår också den övriga dokumentation på vilka slutsatser mm baseras. Hit hör t ex

Silhouette-domen och generaladvokatens utlåtande i ärendet, regeringens utredningsdirektiv till Konkurrensverket, artiklar i internationella facktidskrifter angående innebörden av parallellimport – främst ur juridisk synvinkel –, internationella analyser av parallellimport av läkemedel samt kontakter med en dansk interdepartemental arbetsgrupp, med uppgift att utifrån danska förhållanden genomföra de analyser som den svenska regeringen ålagt Konkurrensverket. Utbyte av erfarenheter har också skett med NERA, National Economic Research Associates Inc., Economic Consultants, som på uppdrag av Europeiska Kommissionen utreder de ekonomiska konsekvenserna av en utvidgning av konsumtionsbegreppet i fråga om varumärkesrätter.

Frågan om parallellimport kan sägas ha tre dimensioner, nämligen

- en utrikeshandelspolitisk dimension, dvs ytterst frågan om avtalsrätt, friare handel respektive olika grader av protektionism
- en samhällsekonomisk dimension, dvs främst inverkan på konkurrens, priser, sysselsättning och konsumentnytta, samt
- en dimension, som rör förutsättningarna för den enskilde näringsidkaren.

De frågeställningar som berörs i föreliggande rapport kan främst hänföras till de två senare områdena.

2. Den allmänna statistiken

Ur den omfattande och detaljerade utrikeshandelsstatistiken från Statistiska centralbyrån (SCB) kan, förutom totala värdesummor och förändringstal, utläsas t ex hur importen till Sverige fördelas på olika varuområden, liksom från vilka regioner och enskilda länder som importen härstammar.

Däremot ger statistiken ingen vägledning när det gäller de frågeställningar som den här rapporten primärt omfattar, nämligen frågan om parallellimport som företeelse i den internationella handeln och mera specifikt frågan om ursprunget för de varor, som parallellt med de varuflöden som har generalagent som mottagare, kommer in i Sverige. Att utifrån den offentliga statistiken bilda sig en uppfattning om parallellimportens totala omfattning, dess fördelning på varuområden eller om importens ursprung - från ett land inom EES-området eller från annat land - är således inte möjligt. Inte heller Tullverket har tillgång till sådana data som skulle kunna komma till användning i detta sammanhang. Den möjlighet som tullen, enligt ett EU-direktiv åtnjuter, nämligen att vid införtullning kunna stoppa vissa varupartier, rör inte frågeställningar kring parallellimport, utan avser att förhindra att rena förfalskningar av varumärkesprodukter når ut på marknaden.

Även om det vore möjligt, att med hänsyn till t ex varumottagarens ställning som generalagent eller inte för den svenska marknaden, kunna avgöra om importen var att anse som parallellimport, skulle det visa sig svårt, för att inte säga ogörligt, att avgöra varornas egentliga ursprung. I fråga om vissa varuslag, t ex kläder som parallellimporteras till Sverige är det i många fall snarare regel än undantag att partierna - oavsett om de har sitt egentliga ursprung i ett EES-land eller kommer från annat, tredje land - når Sverige från ett annat EES-land. Det är således inte ovanligt att t ex partier av kläder med välkända amerikanska varumärken och från amerikanska leverantörer - avsedda för parallellhandel - efter exporten från USA landas i t ex Storbritannien och där delas upp innan de sprids vidare till andra länder i Europa. Enligt uppgift fungerar också Sverige i vissa fall - om än i begränsad omfattning - som ett sådant nav i den internationella parallellhandeln. Inte heller är det ovanligt att en varumärkesinnehavare i ett EES-land - för att inte störa relationerna med sina generalagenter inom EES-området - exporterar varor, egentligen avsedda för parallellhandel inom EES-området först till ett land utanför detta område, väl medvetna om att partierna på olika vägar kommer att söka sig tillbaka till något

eller några EES-länder.

Vad som ser ut som, eller snarare defacto är, parallellimport från ett EES-land och som sådan oberörd av innebörden av Silhouette-domen kan således i själva verket vara nödvändiga försörjningsleder för parallellimport från länder utanför EES-området. Dessa skulle upphöra genom Silhouette-domen om inte varumärkesrättsinnehavaren har särskilda överenskommelser med den förste varumottagaren inom EES-området. Detsamma gäller de försörjningsvägar för parallellimport som byggts upp, eller mera korrekt bygger på, att varupartier avsedda för parallellhandel inom EES-området, och med sitt ursprung i ett EES-land, först landas utanför EES-området innan det åter söker sig tillbaka.

Att ersätta dessa försörjningsvägar med direkta kontakter med respektive ursprunglig leverantör låter sig svårligen göras då de partier det är fråga om ofta är så stora att mycket få kapitalstarka mottagare står till buds för hantering och uppsplittring av partierna. Befinner sig dessutom den ursprungliga leverantören utanför EES-området sätter Silhouette-domen stopp för sådana kontakter. Härtill kommer - när det gäller leverantörer inom EES-området - de omständigheter som har sitt ursprung i att varupartierna i många fall tillåts gå omvägar för att varumärkesinnehavaren i sin reguljära affärsverksamhet inte vill ha andra, direkta affärskontakter inom EES-området än med sina generalagenter.

Det går således, som nämnts, inte att utifrån den offentliga statistiken få någon uppfattning om parallellimportens storlek, förekomst inom olika varuområden eller dess - egentliga - ursprung i olika länder och regioner. För att över huvud taget erhålla några kunskaper om parallellhandeln på den svenska marknaden får man förlita sig på de uppgifter som kan fås från företrädare för olika branscher, liksom från sådana företag som i större eller mindre omfattning medverkar i parallellhandel. Utifrån dessa uppgifter, som i hög grad divergerar också mellan aktörer i en och samma bransch, får man försöka bilda sig en uppfattning om parallellhandelns omfattning och inriktning och därmed också dess dynamiska effekter för olika marknadens funktionssätt, konkurrens och prisbildning. De sifferuppgifter mm som således återfinns i det följande bygger därför på egna bedömningar och analyser baserade på ett stort antal genomförda intervjuer. För att inte skapa någon falsk tro om säkerhet arbetar vi därför också i det följande med relativt grova avrundningar.

På två områden, nämligen i fråga om motorfordon och läkemedel,

erbjuder dock det allmänna tillgång till uppgifter som gör det möjligt att med relativt stor exakthet kunna avgöra omfattningen av parallellimport. Detta hänger samman med att båda dessa områden, vart och ett på sitt sätt, rymmer särskilda registreringsrutiner för att en produkt skall få brukas eller säljas vidare på den svenska marknaden.

Vid Bilregistret, där registrering sker av bl a bilar, motorcyklar och snöskotrar, kan typbesiktning ske endast på uppdrag av generalagenter, varför all annan besiktning för registrering sker utanför generalagentens medverkan, dvs genom parallella kanaler. Vad gäller bilar visar det sig att de parallella kanalerna praktiskt taget alltid är privatpersoner. I fråga om motorcyklar och snöskotrar förekommer dock också parallellimport i kommersiellt syfte.

För läkemedel som importerats eller säljs parallellt med varumärkesinnehavarens produkter, kräver Läkemedelsverket att produkterna registreras i särskild ordning. Det gör att kontrollen är total vad gäller de företag som deltar i parallellimport av läkemedel, liksom vilka läkemedel som berörs. När det gäller försäljningsvärdet för parallellhandlade läkemedel kan dessa också fångas genom att all försäljning av läkemedel endast sker genom en aktör, Apoteket AB. På läkemedelsområdet finns också en relativt nybildad intresseorganisation för parallellimporterande företag, något som veterligen inte förekommer på någon annan varumarknad.

3. Förekommade begrepp

Vid kontakter med personer som företräder olika branschorganisationer, som aktivt arbetar med parallellimport av olika produkter eller som på annat sätt kommer i kontakt med begreppet parallellimport, inklusive vanliga konsumenter, visar det sig att begreppet parallellimport i vissa fall ges olika innebörd. Ibland förknippas det dessutom med en typ av handel som inte har det minsta gemensamt med parallellimport, nämligen försäljning av rena förfälskningar. Ibland förknippas begreppet parallellimport dessutom med företeelsen lågpridförsäljning, vilket det oftast, men inte alltid är.

Det kan således vara på sin plats att något beröra de olika begrepp som förekommer i anslutning till parallellhandel och därmed försöka ge de olika begreppen en så stringent innebörd som möjligt.

Med **parallellimport** avses import för kommersiell vidareförsäljning av en varumärkesinnehavarens produkter, utan dennes godkännande eller tysta medgivande och vid sidan av märkesinnehavarens generalagent för området. Denna import kan avse det ordinarie, reguljära sortimentet av årets produkter eller modeller, eller så kan det avse fjolårets utgående modeller eller andrasorteringar av varumärkesinnehavarens produkter. Hur sortimentet kan se ut och vilken påverkan handeln med parallellimporterade produkter kan ha på den reguljära handeln beskrivs närmare längre fram.

Det är inte ovanligt att en varumärkesrättsinnehavare, som tidigare antytts, för att inte störa den reguljära handeln med årets modeller och kollektioner medvetet släpper iväg utgående modeller etc genom andra kanaler än de officiellt reguljära. Dessa varor kan, som tidigare beskrivits, ta olika vägar över flera geografiska marknader innan de slutligen säljs över disk till slutlig konsument. Ibland kan, enligt uppgift, denna handel försiggå med generalagentens goda minne, eller t o m vara avtalsenligt reglerat i generalagentens avtal med varumärkesinnehavaren. Denna typ av handel, om än parallell, kan inte betecknas som parallellimport i ordets egentliga mening utan får snarast klassas som någon typ av ”**sidimport**”.

Till samma kategori kan den import av ”**private brands**”-märkta produkter föras, som utgörs av varumärkesrättsinnehavarens produkter men som importeras med köparens egna varumärke på t ex kartongen. Ibland importeras produkterna i ”vita” kartonger från varumärkesrättsinnehavaren - eller från av denne anvisad källa –

för att sedan märkas efter ankomsten till Sverige. Dessa produkter säljs sedan i konkurrens med varumärkesrättsinnehavarens egen märkesprodukt. Produkter som tillhandahålls inom ramen för den här typen av ”private-brands” är enligt uppgift vanligt förekommande när det gäller bildelar och bilreservdelar.

Inom läkemedelshandeln sker i vissa sammanhang en sammanblandning av de båda begreppen parallellimporterade läkemedel och **generiska läkemedel**. Medan det förstnämnda rör parallellimport - eller reimport av originaltillverkarens produkter under dennes varumärke men med tillägg av egen företagsbeteckning - avser generiska läkemedel exakta kopior av läkemedel för vilka det ursprungliga patentskyddet upphört. De generiska läkemedlen, som försäljningsmässigt i såväl värde som volym klart överstiger de parallellimporterade, kan tillhandahållas antingen under rena kemiska substansnamn, s k generics generic, eller under ett specifikt varumärke, s k branded generics.

Ett begrepp som ofta förekommer i samband med begreppet parallellimport är **factory outlet**. Enligt den ursprungliga definitionen²¹ skall ett factory outlet ägas av varumärkesrättsinnehavaren, geografiskt vara klart åtskilt från hans reguljära utförsäljningsställen, präglas av anspråkslösa lokaler och inredningar samt till låga priser tillhandahålla varumärkesrättsinnehavarens fjolårssortiment, utgående färger och modeller men också andrasorteringar. Under senare tid har man också till den ursprungliga definitionen fogat de factory outlets som på varumärkesrättsinnehavarens uppdrag drivs av någon större, vanligen reguljär återförsäljare eller annan person med affärsmässig relation till varumärkesrättsinnehavaren. Några factory outlets enligt den ursprungliga – eller något utvidgade definitionen – finns inte i Sverige.

De factory outlets som finns i Sverige ägs inte av varumärkesrättsinnehavare eller av denne särskilt utsedd eller anlitad person. Den innebörd begreppet kommit att få i Sverige, och som till sin utformning och sitt affärsmässiga innehåll mycket liknar de ursprungliga factory outlet - inriktningarna, baserar sig på en ”försvenskning” av begreppet, godkänt eller erkänt, av marknadsdomstolen.

²¹ Den första factory outlet som etablerades och som fått ge innebörd åt definitionen låg i Redding utanför New York.

Enkelt uttryckt skiljer sig de i Sverige verksamma factory-outlet-enheterna från den ursprungliga definitionen, antingen genom att

- flera varumärken finns på samma försäljningsställe, och/eller genom
- utförsäljningen ligger nära de ”reguljära” butikerna, och/eller genom att
- utförsäljningsstället hyrs av fristående fastighetsägare, vare sig utförsäljningsstället ligger nära de reguljära butikerna eller en bit från stadskärnan (t ex Barkarby utanför Stockholm).

Slutligen så begreppet **privatimport**. Privatimport, som i viss utsträckning också kommer att beröras i det följande, är relativt omfattande på vissa områden, t ex i fråga om bilar, alkoholhaltiga drycker och tobak. Den privata importen skiljer sig till sin natur från parallellimporten främst genom att den primärt inte sker i kommersiellt syfte utan för eget bruk. Genom sin omfattning kan dock privatimporten, på de områden där den är relativt utbredd, ha samma effekter på konkurrensförhållanden och prisbildning som förekomsten av parallellimporten på samma eller andra områden.

Under senare tid har den privata direktimporten i hög grad ökat i omfattning

genom utvecklingen av elektronisk handel. De produkter inom den privata konsumtionen som för närvarande främst kopplas samman med handel över internet är CD-skivor och böcker. När ytterligare standards och säkerhetsrutiner utarbetats, inte minst inom ramen för regler skapade av de europeiska och inter-nationella handelskamarorganisationerna kan man troligen vänta sig stora genom-brott och starkt ökad handel. I en större, mer kommersiell skala kommer säkerligen utvecklingen av elektronisk handel att också påverka omfattningen av parallellhandeln, oavsett om den äger rum inom EES-området eller om parallell-importen avser produkter från tredje land.

Enligt samstämmiga bedömningar inom näthandeln kommer denna att öka avsevärt redan under 1999. Antalet europeiska företag som säljer varor och tjänster via internet bedöms inom några år vara tio gånger fler än i dag. Framförallt kommer stora grupper ungdomar, som redan är vana internetanvändare att utnyttja de nya handelsmönstren. Enligt en svensk undersökning, som genomförts av Interactive Research, kommer drygt 40 % av totala antalet svenska internetanvändare (ca 2 990 000 personer) att handla via nätet under nästa år, dvs ca 1 300 000 personer. De områden som närmast berör parallell-importområden och där antalet personer, som skall köpa via nätet har uppskattats i procent är bl a CD-skivor (ca

12 %), böcker (ca 9 %), kläder, (ca 7 %), livsmedel (ca 5%)
och datorspel
(ca 3,5 %).

Genom samarbete inom OECD finns förhoppningar att man skall
förklara internethandeln som en världsomspännande frihandelszon
i samverkan med World Trade Organisation, WTO.

4. Förutsättningar för parallellimport

Utöver de legala förutsättningar som krävs för en seriös parallellhandel-/import måste vissa andra förutsättningar vara för handen, huvudsakligen av kommersiell natur. Till dessa förutsättningar kan främst räknas,

- att man har att göra med ett internationellt välkänt och respekterat varumärke, ofta förknippat med höga priser och status,
- att det finns tillgång till överskottsprodukter, antingen temporära eller permanenta överskott. Temporära överskott kan uppstå i branschen som alltför länge skjutit på nödvändiga strukturåtgärder. När erforderliga strukturrationaliseringar genomförts återgår branschen, åtminstone för en tid, till en situation med bättre balans mellan tillgång och efterfrågan. Permanenta produktionsöverskott återfinns vanligen i branscher med starka modeväxlingar och flera säsonger under ett och samma kalenderår. De mest slående exemplen på sådana branscher är troligen kläder och skor.
- att det finns innehavare av varumärkesrätter som - aktivt eller underförstått - önskar avsättning av överskottspartier, utan att själv vilja figurera i sammanhanget, t ex avsättning av fjolårsmodeller eller andrasortering - eller som genom utlicensiering av tillverkningen mot provision till ett större antal företag på geografiskt skilda marknader saknar kontroll över produkternas lagerhållning och distribution.
- att det skall föreligga tillräckligt stora prisskillnader mellan olika geografiska marknader för att göra parallellimporten lönsam för parallellimportören. I många fall skall förekommande prisskillnader, förutom erforderliga marginaler som incitament för parallellimportören och aktuella hemtagningskostnader, också täcka kostnader för ompaketering, ommärkning, marknadsföring och saluhållning. Hur stora prisskillnader som krävs för att locka fram parallellimport varierar starkt mellan olika branscher. I fråga om läkemedel brukar prisskillnader mellan 25 och 30 % nämnas som riktninggivare.

De prisskillnader som föreligger mellan olika marknader kan bero på en stor mängd olika omständigheter, t ex historiska och kulturella skillnader, önskan från varumärkesrättsinnehavarens sida att ur lönsamhetssynpunkt segmentera marknaderna med hänsyn till lokal köpkraft samt skillnader i försäkringssystem, avgifter och skatter liksom utformningen av statliga priskontroller som påverkar varumärkesrättsinnehavarens prissättning på den aktuella marknaden.

I vissa fall har de prismässiga förutsättningarna för parallellimport snarare sin grund i att antalet mellanhänder i försäljningskedjan kunnat begränsas än i t ex geografisk marknadssegmentering från märkesleverantörernas sida. Produktgrupper som brukar nämnas i sådana sammanhang är t ex snöskotrar och golfutrustningar.

Från tid till annan har även förskjutningar i valutakurser stor betydelse för omfattningen av parallellimport från vissa länder.

Genom olika aktiviteter - såväl inom EU, som inom andra internationellt verksamma organisationer, såväl överstatliga som privaträttsligt grundade - eftersträvas att skapa ökad genomlysning (transparency) av olika marknader i syfte att underlätta bl a handel över landsgränser. Den öppenhet som denna genomlysning leder till är en av förutsättningarna för parallellhandel och parallellimport. Parallellhandeln/importen medverkar till att föra varupartier, som öppet bjuds ut på världsmarknaden till de geografiska marknader där efterfrågan för tillfället finns samtidigt som handeln på sikt medverkar till en utjämning av priserna på olika geografiska marknader. På marknader där överskotten är av temporär karaktär, kanske under några år då den aktuella branschen undergår nödvändiga strukturförändringar, tenderar därför parallellhandeln vara av tillfällig natur. Detsamma gäller under perioder då skevheter i prissättningen mellan olika marknader kan ha sin grund i större valutakursändringar. Är överskotten av mera permanent natur, som på varuområden med starka modeväxlingar, är parallellhandeln troligen en än mer nödvändig komponent i det spel som ständigt handlar om försök till samstämmighet mellan efterfrågan på snabbväxande modevaror, en effektiv produktionsplanering och en effektiv geografisk prissättning. Genom utförsäljning av utgående märkesvaror till låga priser genom klart avskilda försäljningsställen, t ex factory outlets,

kan avsättning av kvarvarande delar av fjolårets produktion och andra-sorteringar ske utan att detta i alltför hög grad stör handeln och prissättningen i de kanaler som saluhåller det senaste produktutbudet.

Sammanfattningsvis och kort kan sägas att förekomsten av parallellhandel antingen underlättar avsättningen av produkter i anslutning till nödvändiga branschrationaliseringar, eller verkar som ett smörjmedel i branscher där tillverkningen mer permanent är utsatt för starka modeväxlingar, både i design och färg.

För konsumenterna innebär parallellimporten möjligheter att till lägre priser än i den reguljära handeln köpa produkter med starka varumärken, om än kanske inte det allra senaste i utbudet från varumärkesrättsinnehavaren.

Till den del parallellimporten sker i en ekonomi stadd i tillväxt skapar parallell-importen och dess kringaktiviteter - ommärkning, ompaketering etc - också tillkommande arbetstillfällen.

5. Omfattningen av parallellimport

Föreliggande undersökning har inriktats på varuområden som omfattas av den privata konsumtionen. Genom de intervjuer mm som genomförts som ett led i undersökningen täcks drygt 43 % av den privata konsumtionen enligt de vägningstal som för 1998 gäller för uppbyggnaden av konsumentprisindex (kpi). De större områden i konsumentprisindex som inte omfattas av undersökningen är bostad, värme och hushållsel (33,6 %), nöjen och rekreation (3,73 %), resor och transporter (3,36 %) samt post och tele (2,71 %), områden där det med största sannolikhet inte förekommer någon typ av handel som skulle kunna jämföras med parallellimport. Det skulle det däremot kunna göra när det gäller möbler, kosmetika, CD-skivor och böcker, områden som av olika anledningar inte kommit att omfattas av undersökningen. Möbler och kosmetika har dock inte någon gång i samband med de intervjuer som genomförts nämnts som områden inom vilka parallellimport skulle förekomma, eller åtminstone inte ha någon större utbredning. Däremot nämns ofta CD-skivor och böcker som områden där privat import via internet har nått en relativt stor omfattning och som dessutom är under stark tillväxt (bilaga 2).

Inom de områden av den privata konsumtionen som gjorts till föremål för särskilda undersökningar och uppgiftsinhämtande har parallellimport spårats till områden som utgör närmare 38 % av den totala konsumtionen. Då ingår områden där parallellimport pågår i ytterst marginell omfattning, främst i fråga om livsmedel, till områden där parallellimporten utgör en relativt stor andel av den totala omsättningen i respektive bransch, t ex bildelar och bilreservdelar samt kläder, skor och läkemedel (bilaga 3).

Som framgått av det tidigare finns inga data att hämta ur den officiella handelsstatistiken som skulle kunna klä parallellimportens omfattning i exakta siffror. Det enda som finns att tillgå är relativt grova uppskattningar från branschföreträdare eller aktörer inom parallellimporten, uppskattningar som i många fall kan gå isär bl a därför att det inte föreligger någon allmänt omfattad definition av vad parallellimport egentligen är.

Utifrån de uppskattningar som erhållits från olika branschföreträdare m fl - och som utsatts för olika ”tester” och skälighetsbedömningar - kan parallellimporten på årsbasis och värderat i konsumentledet för närvarande beräknas till närmare 9 miljarder kronor

(bilaga 4). Då är värderingarna gjorda så att de snarare övervärderar än undervärderar parallellimporten. Ställt mot den totala privata konsumtionen, som 1997 uppgick till ca 925 miljarder kronor, skulle parallell-importerade produkter således svara för ca 1 %. För olika branscher som berörs varierar marknadsandelen starkt för parallellimporterade produkter, från 0,0 % inom handeln med livsmedel till ca 20 % när det gäller handeln med bildelar och bilreservdelar. För t ex kläder är, som framgår av bilagan, marknadsandelen för parallellimporterade produkter ca 10 %, för golfutrustning och snöskotrar ca 8 % och för skor ca 5 %, vilket också är den andel som gäller i fråga om läkemedel.

Av den totala försäljningen av parallellimporterade produkter - närmare 9 miljarder kronor - kan drygt 60 %, eller ca 5,3 miljarder kronor, bedömas ha sitt egentliga ursprung i ett land utanför EES-området. Genom att betona varupartiernas egentliga ursprung har uppgifterna större relevans för bedömningen av effekterna av Silhouettedomen, eftersom troligen huvuddelen av till Sverige parallellimporterade produkter landas i Sverige från annat EES-land.

Vid en strikt efterlevnad av Silhouette-domen skulle således ett försäljningsvärde om ca 5,3 miljarder kronor komma att undandras den svenska marknaden. Detta motsvarar ca 0,6 procent av den totala privata konsumtionen 1997.

I det följande redovisas, översiktligt, parallellimportens omfattning och struktur i de branscher, som återfinns i bilaga 4. De prismässiga effekterna av parallellimporten behandlas i ett eget kapitel.

Livsmedel

Enligt uppgift var parallellimport av livsmedel - liksom kemisk-tekniska varor - relativt omfattande före det svenska EU-inträdet, men har efter inträdet praktiskt taget upphört, främst beroende på de märkningsregler som beslutats om inom EU och de nationella tolkningar och bestämmelser detta lett fram till. Således skall enligt de svenska märkningsreglerna all innehållsdeklaration m m på förpackningar eller annat emballage vara avfattad på svenska, eller möjligtvis lättbegriplig skandinaviska. Detta regelverk begränsar givetvis förutsättningarna för parallellimport, oavsett om parallellhandeln skulle äga rum inom EES-området eller avse parallellimport från "tredje" land.

Den parallellimport som idag förekommer på livsmedelsområdet rör i första hand import av Coca Cola från Polen och i mindre

utsträckning kex och konfektyrer. Enligt branschföreträdare uppfylls ibland de svenska märkningsreglerna avseende de parallellimporterade produkterna men lika ofta är förhållandet det motsatta.

Totalt understiger den totala försäljningen av parallellimporterade livsmedel troligen 100 miljarder kronor räknat på årsbasis. Detta kan ställas mot en total privat konsumtion av livsmedel 1997 om ca 130 miljarder kronor.

Även om den direkta parallellimporten av livsmedel är liten har företrädare för ledande detaljhandelskedjor pekat på att den potentiella möjlighet, som ligger i parallellimport, kan ha stor betydelse för kedjornas affärsmässiga uppgörelser med varumärkesrättsinnehavare.

Bildelar och bilreservdelar

Den totala sk eftermarknaden för bildelar och bilreservdelar kan beräknas till ca 15 miljarder kronor. Av denna totala försäljning uppskattar branschbedömare att parallellimporterade varumärkesprodukter svarar för ca 20 %, eller ca 3 miljarder kronor. Av den parallellimporterade försäljningsvolymen, beräknas omkring två tredjedelar ha sitt ursprung inom EES-området, medan resterande, eller ca en tredjedel, skulle härstamma från "tredje" land, främst USA.

Inom handeln med bildelar och bilreservdelar förekommer, som tidigare nämnts, hela spektrat av olika typer av import, från strikt varumärkesimport över parallellimport av välkända varumärken till "private brands" hämtade ur varumärkesrättsinnehavarens reguljära tillverkning. Samtliga dessa varuflöden flyter till stora delar samman vilket gör det svårt att slutligen avgöra produkternas status med avseende på ursprung.

Prisskillnaderna mellan vad som i branschen betecknas som originaldelar respektive piratdelar varierar i hög grad med hänsyn till såväl bilmärke som typ av reservdel, t ex avgassystem, bromsklossar, bromsskivor etc. Exempel finns på prisskillnader i storleksordningen 60 - 70 %, medan prisskillnaderna i andra sammanhang ter sig mer modesta. Det verkar dock inte överdrivet att räkna med prisskillnader i storleksordningen 20 - 25 % som mycket vanligt förekommande. Det innebär att ett bortfall av parallellimporterade produkter från annat land än EES-land skulle få påtagliga effekter för prisbilden.

Inom handeln med bilreservdelar finns några starkt nischade, parallell-importerande företag som inte i första hand siktar till en lågprisprofilering utan till en bred lagerhållning inom ett smalt område av bilmärken. Så finns t ex ett företag som specialiserat sig på att lagerhålla delar och reservdelar till alla amerikanska bilar av modeller från 1907 och framåt. Detta parallellimporterande företag uppträder i många fall som leverantör till märkesverkstäderna, som i många fall inte har en längre lagerhållningstid än 10 år.

Däck

Enligt företrädare för branschen såldes 1997 knappt 5 miljoner däck på den svenska marknaden varav ca 97 % avsåg nya däck och resterande ca 3 %-enheter däck, som i branschen betecknas som sidoimporterade. Av dessa sidoimporterade däck bedöms i branschen omkring hälften, eller ca 80 000 vara parallellimporterade. Värdet av dessa kan i försäljningsledet till konsument uppskattas till ca 40 miljoner kronor, en marknadsandel om ca 2 %.

Huvuddelen av de parallellimporterade däcken härstammar från vad som betecknas som ”varmare länder”, i det här sammanhanget länder med genomsnittligt varmare vägbanor än vad vi är vana vid i vårt nordiska klimat. Dessa däck, av samma varumärke och med samma produktbeteckning som de däck som är avsedda för de nordiska marknaderna, tillverkas med hårdare gummiblandning och kan därför, enligt branschföreträdare, vid låga temperaturer ($< 8^{\circ}\text{C}$) ytterligare hårdna och därvid utgöra en trafikfara.

Parallellimporten anses i branschen i mindre utsträckning påverka priserna i pressande riktning. Större betydelse för prisbildningen tillskrivs den fortgående konkurrensen mellan de ledande varumärkena, som t ex Good Year, Michelin, Continental, Firestone och Bridgestone.

Motorcyklar

För några år sedan uppgick andelen parallellimporterade motorcyklar till mellan 20 och 30 % av den totala försäljningen på den svenska marknaden. Främst genom aktiv konkurrens och prisanpassning från generalagenternas sida har dock marknadsandelen för parallellimporterade motorcyklar nu pressats ned till ca 10 % av en total försäljning 1997 om ca

8 700 enheter. Värde mässigt är marknadsandelen något lägre då parallellimporten i större utsträckning omfattar modeller i lägre prissegment samt att prisskillnaden mellan parallellimporterade och reguljärt importerade motorcyklar vanligen uppgår till mellan 10 och 15 procent.

Den parallellimport som i dag förekommer har i huvudsak sitt ursprung i USA, men omfattar såväl amerikanska märken, t ex Harley Davidson, som japanska märken, t ex Yamaha, Kawasaki och Honda. Antalet parallellimporterande företag på svenska marknaden uppges variera från tid till annan, men tre företag har varit mer kontinuerligt verksamma än andra.

Oavsett effekterna av Silhouette-domen väntar man i branschen att parallell-handeln skall minska, dels genom den successiva anpassningen från den reguljära branschens sida, dels implementeringen under senhösten 1998 och våren 1999 av krav på europacertifiering av motorcyklar för import. Motsvarande typ av certifiering inom EU finns sedan tidigare beträffande bilar.

Certifieringen innebär att det anses bli svårare, eller kanske framförallt dyrare, att anpassa produkter från ”tredje” land till de standards mm man enats om inom EU.

Kläder

Kläder är väl kanske det område som i första hand förknippas med parallellimport. Trots att parallellhandeln inom området är relativt utbredd och pågått under ganska lång tid är det emellertid också här svårt att få ett definitivt grepp om den ekonomiska omfattningen. Gjorda uppskattningar pekar mot att parallellimporterade kläder svarar för i storleksordningen 10 % av en total branschomsättning om närmare 40 miljarder kronor. Ursprungsländerna är i huvudsak USA, länder i sydostasien och Kina och produkterna avser över hela världen välkända varumärken. Ungefär 90 % av den totala parallellimporten kan bedömas ha sitt ursprung i dessa länder eller länderområden. Resterande ca 10 %-enheter avser välkända varumärkesprodukter med ursprung i t ex Italien, Tyskland och Frankrike.

Parallellimporterade kläder kan saluhållas på de flesta försäljningsställen där kläder säljs, inte enbart i s k factory outlets eller motsvarande utförsäljningsställen. En typ av butiker som, enligt uppgift, i mindre utsträckning än andra deltar i import och försäljning av parallellimporterade produkter är sportbutiker. Dessa butiker

återfinns ofta i starka kedjebildningar, som vid sidan av det mer reguljära sortimentet, aktivt arbetar för att etablera egna varumärken.

De parallellimporterade kläderna, som i de flesta fallen men inte alltid, omfattar fjolårets modeller och färger säljs vanligen till starkt nedsatta priser. För sådana typer av plagg, där modeväxlingarna inte är lika påtagliga som för andra, t ex för pikétröjor och skjortor är prisnedsättningarna - jämfört med den reguljära handelns ordinarie priser - ca 30 %. För övriga plaggtypen kan prisnedsättningarna vara i storleksordningen 50 - 70 %.

Förutom de effekter på prissättningen som direkt följer av parallellhandeln anses prissättningen av parallellimporterade kläder påverka också prissättningen av säsongens modeller och färger i den reguljära handeln. Hur starkt detta konkurrenstryck egentligen är låter sig givetvis inte objektivt mätas men skall för den skull inte underskattas. Slående är att enligt uppgift närmare hälften av all försäljning av kläder alltid sker till nedsatta priser.

Skor

I fråga om skor uppskattas försäljningen av parallellimporterade produkter utgöra ca 5 % av branschens totala omsättning, eller ca 400 miljoner kronor. Praktiskt taget all denna import beräknas härstamma från länder utanför EES-området - främst USA - och skulle således komma att falla bort vid en strikt tillämpning av Silhouette-domen.

Läkemedel

Parallellimport av läkemedel till Sverige är en företeelse av relativt sent datum, medan parallellimport av läkemedel till andra länder i Europa - t ex Belgien, Storbritannien och Danmark - har pågått under en längre tid.

För närvarande sker all parallellimport av läkemedel till Sverige från annat land inom EES-området, vilket innebär att handeln i sin nuvarande utformning och omfattning inte påverkas av Silhouette-domen. Till skillnad från övriga områden som berörs av parallellimport - med undantag för motorfordon - finns det för läkemedel goda möjligheter att mer exakt följa handelns omfattning och utveckling, bl a genom det registreringsförfarande av parallellimporterade läkemedel som Läkemedelsverket administrerar.

För närvarande deltar åtta företag i parallellimport av läkemedel till den svenska marknaden. Det största är Cross-Pharma AB, närmast följt av Medartrum AB. Utsträcks marknadsbegreppet till att omfatta den nordiska marknaden är det största av de parallellimporterande företagen till Sverige Paranova Läkemedel AB, vars moderbolag har sitt säte i Köpenhamn.

De åtta parallellimporterande företagen har nyligen etablerat en intresseförening - Föreningen för Parallellimportörer av Läkemedel - i syfte att samordna kontakter mm gentemot i första hand de myndigheter som verkar på läkemedelsmarknaden, främst Läke-medelsverket och Riksförsäkringsverket (RFV).

Totalt finns hos Läke-medelsverket för närvarande ca 25 preparat inregistrerade för parallellimport. Den totala omsättningen av dessa läkemedel uppgick under första halvåret i år till ca 500 miljoner kronor, räknat i apotekens utförsäljningspriser. För helåret 1998 räknas med en fördubblad försäljning till slutlig förbrukare, dvs en försäljning om ca 1 miljard kronor. Av den totala försäljningen under första halvåret i år utgjorde försäljningen av magsårsmedlet Losec ca 67%.

Ställt i relation till den totala läkemedelsförsäljningen till konsument och till sjukhus - för närvarande knappt 20 miljarder kronor på årsbasis - utgör således marknadsandelen för parallellimporterade läkemedel ca 5 %.

Marknadsandelen för parallellimporterade läkemedel kan väntas sjunka under 1999, åtminstone temporärt, då Läke-medelsverket nyligen beslutat²², efter framställan från Astra som innehar varumärkesrätten till Losec, att med verkan från årsskiftet avregistrera Losec för svenska marknaden i sin hittillsvarande beredningsform, dvs som kapsel. Därmed försvinner grunden för den nuvarande parallellimporten av Losec.

Astra har som ersättning för Losec i kapselform inregistrerat Losec i en ny beredningsform, nämligen i form av granulat. Samtidigt har Astra sänkt priset med 10 % på den nya formuleringen jämfört med det egna priset på den ursprungliga.

²² Beslutet har överklagats av parallellimportörernas intresseförening.

Skulle försäljningen av Losec räknas bort från de parallellimporterande företagens omsättning sjunker marknadsandelen för de parallellimporterade läkemedlen till ca 1,7 %. Detta är dock ett statistiskt synsätt då de parallell-importerande företagen för närvarande, i ganska rask takt, inregistrerar nya preparat hos Läkemiddelsverket.

Av en internationell undersökning, som studerat företeelsen parallellimport av läkemedel utifrån ett europaperspektiv, är marknadsandelen i hela Europa för parallellimporterade läkemedel knappt 2 %. Den samlade påverkan på prisnivån beräknas i samma undersökning till ca 0,25 %.

Till skillnad från övriga varuområden som till någon del omfattas av parallellimport, har de prisskillnader mellan olika länder som är en grundförutsättning för parallellhandel, i fråga om läkemedel ofta sin grund i olikheter i statliga prisregleringar och försäkringssystem. Detta dock sagt med viss modifikation, då den forskande industrin för de egna patentpreparaten ständigt eftersträvar höga priser på den egna hemmamarknaden. Detta har i sin tur bl a sin grund i att inget lands prisregleringsmyndighet normalt tillåter högre priser på ett importerat preparat - om det skall få ingå i försäkringssystemet - än vad originaltillverkaren får ut på sin egen hemmamarknad. Det är denna mer generellt gällande prissättningsregel som lägger grunden för den reimport av läkemedel till ursprungslandet som allmänt också inkluderas i begreppet parallellimport.

För att ett parallellimporterat preparat skall komma att omfattas av det rådande försäkringssystemet kräver den prisreglerande myndigheten Riksförsäkringsverket att det parallellimporterade läkemedlet åsatts ett pris som med minst 10 % understiger originalleverantörens. Denna prissättningsfilosofi har ifrågasatts av de parallellimporterande företagen och frågan är för närvarande föremål för handläggning i socialdepartementet och Riksförsäkringsverket.

Genom den prissättningsregel som gäller för parallellimporterade läkemedel påverkar parallellimporten priserna direkt på de preparat som omfattas av parallellimporten, allt under förutsättning att de parallellimporterande företagen kan upprätthålla en kontinuerlig varutillförsel och därmed lagerhållning på apoteken. Hittills finns inga tecken som tyder på att varutillförseln inte har kunnat upprätthållas i tillräcklig omfattning.

Förutom den direkta prispåverkan finns exempel på indirekt prispåverkan från potentiell parallellimport. Inför risken för en begynn-

nande parallellimport har i vissa fall originalleverantörer av preparat frivilligt valt att sänka priserna med mer än 10 %, vilket i sin tur dragit undan förutsättningen för den planerade parallellimporten.

Golfutrustning

Golfutrustning är föremål för såväl parallell- som privatimport. Totalt beräknas den årliga försäljningen av golfutrustningar uppgå till ca 650 miljoner kronor, varav ca 50 miljoner kronor, skulle kunna härledas till parallellimport. Privatimporten skulle kunna uppskattas till ungefär samma belopp, varför den sammanlagda parallell- och privatimporten skulle kunna beräknas uppgå till omkring 15 % av den totala marknaden för golfutrustningar. Huvuddelen av denna import härstammar från USA.

Prismässigt har parallellimporterade golfutrustningar ursprungligt understigit originalleverantörernas priser med ca 30 %. Genom successiva anpassningar från den reguljära handelns sida har den generella prisnivån för golfutrustningar sjunkit, varför prisskillnaderna i dag är avsevärt mindre, kanske t o m helt nivellerade.

Snöskotrar

Försäljningen av snöskotrar omfattar ca 8 000 enheter per år, varav ca 10 % parallellimporteras. I värde kan parallellimporten uppskattas till ca 60 miljoner kronor, med hänsyn tagen till att de parallellimporterade skotrarna vanligen är 10 - 20 % billigare än de skotrar som når Sverige genom reguljära försörjningskanaler.

Parallellimporten har nästan uteslutande sin bas i USA och Canada, som sammantaget står för ca 97 % av världsmarknaden för snöskotrar. Denna parallellimport skulle således helt falla bort om Silhouettedomen skulle att efterlevas strikt.

6 Prispåverkan av parallellimport

Om än inte i alla sammanhang så kan parallellimport i de allra flesta fall förknippas med låga priser, vilket också framgått av det tidigare. Det innebär självfallet också att parallellimporten är med och pressar priserna inom den bransch eller de marknadssegment där importen förekommer, vilket också ger effekter på den allmänna prisnivån.

I bilaga 5 har ett försök gjorts att utifrån beräknade marknadsandelar för parallellimporterade produkter och prisnedsättningarnas storlek uppskatta parallellhandels direkta påverkan på bransch-nivå och på den allmänna prisnivån.

För de branscher där parallellimporten är av större omfattning, dvs handeln med bildelar och bilreservdelar, handeln med kläder och skor och handeln med läkemedel uppgår den direkta påverkan på prisnivån i respektive bransch till mellan 0,5 (läkemedel) och 4 - 5 % (bildelar och bilreservdelar). För kläder och skor kan den direkta påverkan på prisnivån i respektive bransch uppskattas till ca 3 respektive ca 1,5 %.

Uppräknat till den allmänna prisnivån kan den direkta påverkan av den sammantagna parallellhandeln beräknas till omkring 0,2 %, huvudsakligen hänfört till kläder och skor som väger relativt tungt i den privata konsumtionen.

Vad som ovan redovisats är de mer direkta, statiska effekterna på prisbildningen av den parallellimport som nu förekommer. Härtill kommer de dynamiska effekter som sammanhänger med den potentiella konkurrens som har sin grund i möjligheten till parallellimport. Det ständiga konkurrenstryck som möjligheterna till parallellimport kan vara med att upprätthålla minskar riskerna för rena kartellbildningar eller annan samordnad marknadsdominans till nackdel för konsumenterna.

Minskar möjligheterna till parallellimport minskar självfallet på motsvarande sätt parallellimportens möjligheter att medverka i en dynamisk marknadsprocess, och därigenom indirekt till en för konsumenterna gynnsam konkurrenspåverkan och prispress. Härtill kommer att ett bortfall av parallellimport, som till sitt innehåll inte kan ersättas på annat sätt, givetvis riskerar att relativt omgående medverka till en höjd allmän prisnivå.

Mycket talar således för att Silhouette-domen leder till negativa effekter för konkurrens och prisbildning. Enda möjligheten att undgå detta är om i första hand parallellimport av kläder och skor kan finna andra märkesprodukter från varumärkesrättsinnehavare inom EES-området, som kan importeras från annat EES-land och som kan avsättas i samma volymer och till samma prisnedsättningar som för närvarande. Då handeln är starkt varumärkesanknuten kräver dock eventuella nya leveranskällor att också konsumenternas preferenser ändras och skiftar över till nya varumärken.

7 Privatimport

Som framgått av tidigare avsnitt kan privat import av olika produkter i anslutning till utlandsresa eller på annat sätt inte likställas med parallellimport, även om effekterna på konkurrensförhållanden och inhemsk prisbildning kan vara desamma.

Det kan dock vara på sin plats att kort beröra fenomenet som sådant och peka på de områden, som i första hand berörs av privatimport, bl a mot bakgrund av att privatimporten blandas ihop med parallellimporten. En något mer utförlig redogörelse för privatimporten, dess omfattning och effekter, framgår av bilaga 6.

Här skall endast kort nämnas att privatimport - i större omfattning - framför allt kan förknippas med begagnade bilar, golfutrustning, alkoholhaltiga drycker och tobak. I fråga om de två senare varuområdena menas i detta sammanhang den privata import som sker helt legalt. De varuområden som i större omfattning berörs av privatimport uppgår till ca 8 % av den privata konsumtionen beräknat efter de vägningstal som för 1998 gäller för konsumentprisindex (bilaga 7).

Storleken av privatimporten på här berörda områden kan för 1997 beräknas uppgå till mellan 5,5 och 6 miljarder kronor.

Effekterna av denna privatimport är bl a att prisnivån i Sverige för begagnade bilar (inklusive slopad accis) sjunkit med drygt 20 % samt att skatterna för vissa ölsorter och för tobak sänkts.

8 Negativa effekter i anslutning till parallellimport

I anslutning till diskussioner kring parallellimport förs det ibland fram negativa synpunkter beträffande denna handel. Synpunkterna är av såväl generell natur som mer specifika till sin karaktär och i det senare fallet vanligen knutna till särskilda varuområden.

Utan att göra anspråk på någon fullständig kartläggning eller rangordning av synpunkter följer nedan en listning av sådana negativa effekter som kommit utredningen till del under arbetets gång.

Till gruppen synpunkter av mer generell karaktär kan man peka på

följande:

- Parallellimport är i grunden oetisk, då den profiterar på kända varumärken för egen vinnings skull. Genom förekomsten av parallellimport urholkas varumärkenas kvalitetsstämpel, och successivt minskar rättsinnehavarens intresse och möjligheter, att genom t ex marknadsföringsinsatser upprätthålla varumärkets renommé. Härigenom medverkar parallellimporten till att urholka kapitalvärden, till skillnad från reguljär handel, som skapar mervärden.
- Parallellimporten bryter sönder uppbyggda transportsystem, som ofta skapats för att medverka till en bra miljö. Genom parallellimporten finns risk att miljöförstörelsen ökar genom framväxten av nya, parallella försörjningsvägar.

Till de mer specifika, varuområdes- eller produktanknutna synpunkterna av negativ karaktär kan följande nämnas:

- Parallellimporterade partier av främst kläder innehåller ibland också rena förfalskningar, vilket snedvrider konkurrensförhållanden och drabbar värdet för varumärket.
- Många av de parallellimporterade livsmedel som saluhålls på svenska marknaden - främst drycker - saknar oftast innehållsförteckningar avfattade på svenska språket eller lättförståelig skandinaviska.
- Många däck som parallellimporteras till Sverige är avsedda för marknader med varmare vägbanor, varför gummiblandningarna i däcken är hårdare än i de däck, som är avsedda för den svenska marknaden. Genom brister i upplysningen till konsumenterna kan konsumenterna komma att köpa däck som när temperaturen börjar sjunka nedåt på skalan kan bli direkt trafikfarliga.
- I fråga om läkemedel pekas ofta på att parallellhandeln urgröper de rättigheter som patentskyddet är till för att skapa. Härigenom eroderas basen för framtida forskning.
- Frekvensen klagomål och indragningar från marknaden är enligt statistik från läkemedelsverket relativt sett högre för parallellimporterade läkemedel än för övriga. Det sammanhänger med att alla parallellimporterade läkemedel, om än i

olika grad och omfattning, görs till föremål för ompaketering och ommärkning.

- Ibland framhålls också som negativt i fråga om läkemedel den osäkerhet som kan uppstå hos konsumenten genom att de blister som närmast omsluter vissa läkemedlet bär annat namn (varumärke) än det som framgår av ytterförpackningen. Detta sammanhänger med att läkemedlet, på den marknad från vilken de parallellt importerats, där säljs under ett annat varumärke än det som det inregistrerats under för den svenska marknaden.
- Vid registreringsbesiktning av fordon, t ex parallellimporterade motorcyklar, utvecklas enligt vad som sägs inte alltid den noggrannhet som garanterar att fordonet till alla delar lever upp till svensk standard. Det gör att parallell-importerade fordon, främst från USA, kan innehålla komponenter som är tillåtna i ursprungslandet men som är förbjudna i Sverige.
- Justeringar och utbyten av tillbehör och komponenter för att anpassa fordon för den svenska marknaden, kan ibland skapa problem för innehavaren av ett parallellimporterat fordon, när eller om innehavaren önskar utnyttja garanti- och serviceäktigheter. Det kan då visa sig att garantin ytterst omfattar en ”annan produkt” än den som nu skapats. Originalimportören och hans märkesverkstäder brukar dock, för att skydda varumärkets kvalitetsstämpel, ändå genomföra erforderliga reparationer och service enligt garantin, även om tidsutdräkten kan bli en annan än den som skulle ha gällt för ett fordon som nått marknaden genom originalimportörens medverkan.

För att tillförsäkra i legal ordning parallellimporterade produkter långsiktig trovärdighet på marknaden är det nödvändigt att berörda myndigheter med kontrollfunktioner är strikta i sin myndighetsutövning, t ex i att beivra parallellimport av livsmedel som saknar innehållsdeklaration på svenska eller påtala brister i nödvändig konsumentupplysning.

9 Effekter av Silhouette-domen för parallellimport

Som framgått av det tidigare uppgår det totala värdet av parallellimporten till Sverige till närmare 9 miljarder kronor, omräknat i försäljningskronor till konsument. Av detta avser, som också fram-

gått av det tidigare, en relativt hög andel, drygt 60 %, parallellimport av produkter med annat ursprungsland än inom EES-området, främst USA och länder i Asien samt Kina. De produktområden som främst omfattas av parallellimport från "tredje" land är kläder och skor, bildelar/reservdelar, motorcyklar och snöskotrar. Parallellimporterade läkemedel har, så här långt, helt varit en affär inom EES-området.

En stor del av den parallellimport som i dag kommer in på den svenska marknaden skulle således falla bort om Silhouette-domen skulle få en fullständig efterlevnad. Att de parallellimporterande företagen fullt ut skulle hitta nya leverantörskällor för de bortfallande varumärkesprodukterna är inte sannolikt varför bortfallet i huvudsak får ses som definitivt för såväl de parallellimporterande företagen som för konsumenterna.

En tendens som kan skönjas hos de parallellimporterande företagen, inklusive s k factory outlets, är att man för sina affärer börjat söka nya vägar och affärskontakter. Så t ex ökar, om än så här långt i relativt liten omfattning, parallellimport av produkter från varumärkesrättsinnehavare med säte inom EES-området, t ex kläder från Italien. Andra tecken på delvis ändrade inriktningar är utveckling och marknadsföring av egna varumärken, t ex varumärket Stenmark inom HK Factory Outlet - kedjan, samt försäljning i konsignation av sådana varumärkesinnehavares produkter som saknar representation på svenska marknaden genom generalagent eller motsvarande.

Den parallellimport som i dag förekommer inom läkemedelsområdet påverkas inte av den s k Silhouette-domen, då handeln hittills helt varit en EES-områdesangelägenhet. Däremot innebär Silhouette-domen att parallellimportörerna inte kan utsträcka sitt leverantörsnät till källor inom två stora läkemedelsländer som USA och Japan. Det är dock tveksamt om denna begränsning på kortare sikt har någon större betydelse för parallellimporten av läkemedel till Sverige, då såväl USA som Japan allmänt är att betrakta som högprismarknader. Det hindrar dock inte att enstaka produkter på de amerikanska eller japanska marknaderna skulle vara intressanta för parallellimport.

Parallellimporten av läkemedel till den svenska marknaden kan, som tidigare nämnts, väntas sjunka under 1999 då parallellimporten av Astra AB:s produkt Losec kommer att falla bort, dock inte som en effekt av Silhouette-domen utan som en effekt av att Astra avregistrerat Losec i sin ursprungliga formulering hos den svenska

läkemedelsmyndigheten. Successivt kommer dock detta bortfall troligen att ersättas av parallellimport av andra läkemedel då takten för inregistreringar av parallellimporterade läkemedel hos Läke- medelsverket för närvarande är relativt hög. Vid sidan av ett utökat sortiment av parallell-importerade läkemedel kommer sannolikt flera av de nu verksamma parallell-importörerna på läkemedels- marknaden att utvidga sin affärsidé till att också omfatta generiska läkemedel.

När man ser den framförhållning som karakteriserar de företag som aktivt deltar i parallellimporten i olika branscher vågar man dra den slutsatsen att effekterna av den s k Silhouette-domen inte i första hand kommer att drabba sysselsättningen i berörda branscher och företag. De företag som är verksamma i parallellhandeln är starkt entreprenöriella och har oftast en lösning på alla uppkommande problem i form av nytänkande och ändrad affärsinriktning. En viss negativ påverkan på sysselsättningen kan dock väntas, särskilt om Silhouette-domen påskyndar utvecklingen av privathandeln över Internet.

De stora förlorarna genom Silhouette-domen är i första hand konsumenterna, för vars del domen kommer att medföra minskad tillgång till efterfrågade produkter/ varumärken och troligen högre priser på kvarvarande sortiment, och i andra hand staten, som genom minskat konkurrenstryck kan riskera att få inregistrera ökad inflation samt lägre skatteintäkter (moms och bolagsskatt). Även om de indirekta effekterna inte skall överdrivas kan man heller inte bortse från den potentiella prispress parallellimport kan utgöra i affärsförhandlingar mellan varumärkesinnehavare och deras köpare på olika marknader.

Oavsett Silhouette-domen och dess effekter kan det finnas anledning att något beröra andra omständigheter som kan påverka parallellimporten. Någon full-ständighet eftersträvas inte utan syftet är snarare att peka på olika faktorer, som oavsett en Silhouette-dom eller inte, skapar vissa gränser för parallellimporten.

- Världsekonomin genomgår för närvarande en stark koncentration i alla förädlingsled - och på praktiskt taget alla geografiska marknader - vilket innebär att antalet tillverkare och köpare minskar. Detta leder till att antalet direktkontakter och affärsavslut mellan köpare och säljare ökar, vilket med nödvändighet innebär att antalet mellanhänder, och därmed risk för ”produktläckage”, minskar.

- I samma riktning verkar successiva omläggningar av lagerhållning och logistik, med inriktning mot att minska antalet lagerställen - i vissa fall endast en centrallagerhållning för hela Europa - och att utnyttja mellanhänder endast som transportförelare etc, utan egen tillgång till hanterade varor.

Ytterligare ett inslag i samma generella mönster är att

- Varumärkesrättsinnehavare inte längre låter sig representeras på olika marknader av generalagenter utan etablerar egna dotterbolag som bärare av varumärkesrätten varigenom varumärkesrättsinnehavarens möjligheter att kunna kontrollera varuflödena ökar.

Andra omständigheter, av mer generell karaktär, dvs oavsett om parallellimporten sker från land inom EES-området eller inte, är exempelvis

- Nationella prissättningsregler, som kräver en viss minsta prissänkning av parallellimporterade produkter för att de skall få saluhållas inom ramen för gällande försäkringsregler. I Sverige krävs t ex, enligt praxis utvecklad inom Riksförsäkringsverket, att parallellimporterade läkemedel skall hålla ett pris som med minst 10 % understiger priset från varumärkesrättsinnehavaren eller dennes generalagent. Denna praxis är som nämnts föremål för överväganden inom socialdepartementet och Riksförsäkringsverket.
- Nationella bestämmelser, för EU:s medlemsstater reglerade i EU-direktiv, om märkning av livsmedel. Enligt de i Sverige gällande märkningsreglerna skall all märkning vara avfattad på svenska, eller på sådan skandinaviska att det kan förstås av svenskar.

Inom EU sker ständigt en utveckling av rådande regelverk i syfte att skapa förutsättningar för en väl fungerande inre marknad. Dessa regelverk, som syftar till standardiseringar av produkter och ekonomiska genomlysningar av den inre marknaden, kan samtidigt verka i riktning av att försvåra handel från ”tredje” land, bl a i form av parallellimport. Sådana regler omfattar bl a:

- Regelverk för att genom EU-dokument standardisera utformningen av bilar och motorcyklar. Exempelvis väntar sig som nämnts företrädare för motorcykelhandeln, oavsett Silhouette-omen, en minskning i parallellimporten av motorcyklar från

USA genom att Sverige under de närmaste ca 6 månaderna skall implementera EU-dokumentationen angående standards mm i fråga om motorcyklar. Implementeringen väntas leda till en ökad noggrannhet vid registreringsbesiktningen av parallellimporterade motorcyklar, vilket i sin tur väntas leda till ökade kostnader för parallellimportören att iordningställa motorcyklarna till europeisk standard.

- Gruppundantag inom EU för exklusiva återförsäljarnät och märkesverkstäder för bilar.

Hur den gemensamma valutan - euron - från den 1 januari 1999 kan påverka förutsättningarna för parallellimport råder det delade meningar om. Endast framtiden kommer att kunna utvisa om euron skapat en enhetlig prisnivå för olika produkter inom hela Europa - och därmed raderat ut förutsättningarna för parallellimport - eller om prissättning i euro kommer att åtföljas av nationella rabatteringsystem, som också för framtiden kommer att skapa förutsättningar för parallellhandel och privatimport. Företrädare för internethandeln är övertygade om att den enhetliga prissättningen i euro - och de förenklingar detta innebär - redan under 1999 kommer att leda till en stark ökning av den elektroniska handeln.

Sammanfattning

Med anledning av Silhouette-domen, varigenom en rättslig tolkning gjorts av ett tidigare EU-direktiv, kommer parallellimport från annat land (”tredje” land) än land inom EES-området inte längre att vara tillåten. För svensk del innebär domstolens tolkning av direktivet en ny praxis, då utslag enligt den svenska varumärkesrätten hittills hyllat principen om s k global konsumtion av varumärkesrätt, vilket ger en vidare syn på begreppet frihandel än den regionala konsumtion, som nu slagits fast av EG-domstolen.

För svensk del föreligger nu två möjligheter, antingen att ändra den svenska lagstiftningen, så att den står i överensstämmelse med EG-rätten, eller - om detta inte anses erforderligt - ändra rättspraxis vid tolkning av gällande lagstiftning så att överensstämmelse uppnås. Några företrädare för varumärkesinnehavare, bl a företrädare för Johnstone & Murphy och Levis Strauss har uttalat att de mot bakgrund av Silhouette-domen kan tänka sig att vidta juridiska åtgärder mot parallellimportörer. Ännu har dock ingenting hänt.

Silhouette-domen har föranlett regeringen att på förslag av utrikes-

handelsministern önska få utrett vissa omständigheter kring parallellimporten, främst importens omfattning och inriktning, dess inverkan direkt och indirekt på konkurrens och prisbildning samt vad effekterna för framtiden för den svenska marknaden kan bli av Silhouette-domen.

Utredningsuppdraget från regeringen har lagts på Konkurrensverket (KV).

Föreliggande rapport är ett led i Konkurrensverkets fullgörande av sitt uppdrag. Kortfattat och sammanfattningsvis anges nedan vad som kommit fram i utredningsarbetet.

Statistik

Varken Statistiska Centralbyrån (SCB) eller Tullverket följer i sin statistikproduktion handeln till och från Sverige på sådant sätt att det går att särskilja parallellimporterade produkter från andra. Ur den officiella statistiken kan således inga data hämtas som kan beskriva vare sig inriktning eller omfattning av förekommande parallellimport. Underlag för utredningen har därför fått hämtas från företrädare för branscher där parallellimport uppges förekomma samt från företag som är direkt involverade i parallellimport.

De enda områden där privat- eller parallellimport med säkerhet kan fastställas gäller motorfordon (Bilprovningen/ Bilregistret) och läkemedel (Läkemedelsverket).

Produkternas vägar

Parallellimporterade produkter kan ta många, och inte alltid raka vägar innan de slutligen landar i Sverige för vidareförsäljning till slutförbrukare. Varor som närmast kommer från annat land inom EES-området kan ha landats där från ”tredje” land innan de slutligen nått Sverige. På motsvarande sätt kan varor som når Sverige från ”tredje” land ursprungligen ha kommit från ett land inom EES-området.

Begrepp

Med parallellimport menas i föreliggande rapport import av en varumärkesrättsinnehavares originalprodukter, som sker parallellt med import av samma varumärkesrättsinnehavares produkter genom hans officiella kanal (t ex dotterbolag eller generalagent), utan dennes medgivande och med avsikt att i kommersiellt syfte säljas vidare.

Annan typ av import, som ibland jämföras med eller blandas ihop med parallellimport, utan att uppfylla ställda kriterier, är

- import vid sidan av den officiella försörjningskanalen, men med rättsinnehavarens goda minne,
- import direkt från originaltillverkare med inarbetat, välkänt varumärke, men där importen sker under ”private brand”,
- import av förfälskningar av varumärkesprodukter,
- privat import, samt när det gäller läkemedel,
- import av generika

Förutsättningar

Utöver de legala förutsättningar som krävs för en seriös parallellimport måste vissa andra förutsättningar vara för handen för att parallellimport skall komma till stånd. Till dessa förutsättningar kan främst räknas

- att man har att göra med ett internationellt välkänt och respekterat varumärke, ofta förknippat med höga priser och hög status,
- att det temporärt eller permanent finns tillgång till överskottsprodukter
- att det finns innehavare av varumärkesrätter som önskar avsättning av överskottspartier vid sidan av officiella försörjningskanaler och utan att själv vilja figurera i sammanhanget, t ex avsättning av fjolårsmodeller eller andrasorteringar
- att det finns innehavare av varumärkesrätter, som genom utlicensiering av tillverkningen mot provision till ett större antal företag på geografiskt skilda marknader, eller på annat sätt, saknar kontroll över varornas lagerhållning och distribution, och
- att det föreligger tillräckligt stora prisskillnader mellan olika geografiska marknader.

Omfattning

Föreliggande undersökning, som inriktats mot den privata konsumtionen, omfattar produkter som svarar för drygt 43 % av den totala privata konsumtionen enligt de vägningstal som för 1998 gäller för konsumentprisindex. Övriga delar av den privata konsumtionen omfattar främst sådana områden, t. ex bostäder, värme, transporter, resor, post och tele, där det är svårt att se att parallellimport skulle kunna förekomma.

De områden inom vilka parallellimport i någon mätbar omfattning förekommer omfattar närmare 38 % av den totala privata konsumtionen.

I absoluta tal - och värderat i försäljningskronor till konsument - uppgår parallellimporten till Sverige för närvarande, och på årsbasis, till närmare 9 miljarder kronor, vilket motsvarar ca 1 procent av den totala privata konsumtionen (ca 925 miljarder kronor 1997). Branscher, som framför allt berörs av parallellimport är handeln med bildelar och bilreservdelar, handeln med kläder och skor samt handeln med läkemedel. Inom handeln med bildelar och bilreservdelar beräknas marknadsandelen för parallellimporterade varor uppgå till ca 20 procent, för kläder till ca 10 procent samt för skor respektive läkemedel till vardera ca 5 procent.

Av den totala parallellimporten om närmare 9 miljarder kronor kan drygt 60 procent, eller ca 5,3 miljarder, beräknas ha sitt egentliga ursprung i ett annat land än ett EES-land. Denna handel, som för närvarande spänner över alla branscher där parallellimport förekommer, med undantag för läkemedel, skulle falla bort om Silhouette-domen skulle komma att följas till punkt och pricka.

Prispåverkan

Prissättningen av parallellimporterade produkter skiljer sig från bransch till bransch men karaktäriseras vanligen av lägre priser än de som gäller för de produkter som passerat de officiella säljkanalerna för original-produkterna. För läkemedel är prissänkningarna lägst 10 procent, medan prissänkningar för kläder som parallellimporteras vanligen uppgår till 30 procent. I vissa fall, och för vissa partier, når prissänkningarna för kläder dock ända upp till mellan 50 och 70 procent.

Räknat på branschnivå kan den direkta prispåverkan av parallellimporterade bildelar och bilreservdelar beräknas till mellan 4 och 5

procent, för kläder till ca 3 procent, för skor till ca 1,5 procent och för läkemedel till ca 0,5 procent.

Uppräknat till den allmänna prisnivån kan den direkta prispåverkan av den sammantagna parallellhandeln beräknas till omkring 0,2 procent, huvudsakligen hänfört till kläder och skor.

Utöver de direkta pris effekterna av parallellimporten tillkommer de indirekta, dvs främst de effekter på prisbildningen som kan hänföras till det potentiella hotet av parallellimport eller till sådana pris anpassningar i stort som måste göras för att prisspannet inte skall bli alltför stort mellan t ex originalprodukter av årets modeller och parallell-importerade fjolårsmodeller. Exempel står att finna på båda företeelserna. Även om effekterna på prisnivån etc av den indirekta påverkan av parallellimporten inte skall överdrivas finns dock tecken som tyder på att de dynamiska effekterna i olika branscher, genom förekomsten av eller möjligheterna till parallellimport, är relativt påtagliga. Med tanke på priskänsligheten inom flera av de branscher där parallellimporten har något större utbredning är det inte osannolikt att parallellhandelns indirekt prispåverkande effekter skulle kunna antas vara av samma storleksordning som de direkta, dvs i storleksordningen 0,2 procent.

Bortfallande möjligheter till parallellhandel på stora marknadsområden kan tänkas leda till ökade interna krav på sortiments- och produktionsplanering hos varumärkesleverantörerna, för att minska riskerna för överskott. Allt annat lika borde en sådan utveckling leda till högre kostnader i basproduktionen, kostnader som kan leda till högre priser.

Slutsatser

Parallellimporten till Sverige har i hög grad sitt ursprung i "tredje" land, dvs i ett land utanför EES-området. Denna handel skulle helt komma att falla bort om Silhouette-domen skulle komma att få en strikt efterlevnad. T ex skulle praktiskt taget all nuvarande parallellimport av kläder och skor falla bort.

Mycket talar således för att Silhouette-domen leder till negativa effekter för konkurrens och prisbildning. Ytterst drabbas konsumenterna som inte kommer att få tillgång till de märkeskläder man hittills köpt till låga priser. Företag som idag är verksamma inom parallellimporten kommer däremot ekonomiskt och sysselsättningsmässigt att drabbas i mindre omfattning då det starka entre-

prenöriella inslaget i branschen leder till att nya affärsidéer kommer att utvecklas.

En möjlighet att undgå de negativa effekterna för konsumenterna är om parallellimportörerna kan finna leveranskällor till varumärkesprodukter som kan importeras helt i enlighet med Silhouette-domen, t ex varumärken med ursprung i Italien eller Frankrike. Detta kräver dock för t ex kläder att konsumenternas preferenser skulle behöva ändras. Från vissa håll pekas även på risken att varumärkesinnehavare inom EES-området kan komma att etablera sig utanför detsamma då Silhouette-domen anses innebära att varumärkesinnehavare utanför EES-området genom domen ges ett starkare skydd än varumärkesinnehavare inom området.

En annan möjlighet är om varumärkesleverantörerna själva, i eget namn eller på annat sätt, väljer att upprätthålla den handel man hittills upplåtit till parallellimportörer och att handeln gentemot konsumenterna, genom dessa, kommer att genomföras på samma sätt som hittills skett.

Om ersättningsvägar skulle kunna etableras, skulle den starka tillväxt i parallellhandeln som hittills kunnat iakttagas kunna komma att bestå och de nya utförsäljningsställen för parallellimporterade produkter som nu – i olika skeden – är under uppförande kunna utvecklas i planerad takt och omfattning. Om så inte skulle visa sig vara fallet, och mycket talar för att bortfallande parallellhandel inte helt kommer att kunna ersättas, är det inte osannolikt att utbyggnadstakten för nya utförsäljningsställen kommer att dämpas, om inte dessa lokaler kan fyllas med andra produkter som har sitt ursprung i andra affärsidéer än parallellimport.

Utan Silhouette-domen skulle, för produktområden med starka mode- och säsongsväxlingar och därmed ständiga överskottsproblem, parallellhandeln troligen ha fortsatt att öka i takt med den reala tillväxten för den privata konsumtionen. För läkemedel skulle, utan Silhouette-domen, parallellleverantörer också ha kunnat sökas på de japanska och amerikanska marknaderna, vilket domen nu omöjliggör. På kortare sikt skulle detta dock troligen inte ha haft någon större betydelse beroende på rådande prisnivåer på de japanska och amerikanska marknaderna i relation till den svenska.

Huruvida parallellimporten, utan Silhouettedomen, successivt skulle ha kommit att omfatta också andra områden än de nuvarande, är en fråga som knappast låter sig besvaras med någon form av säkerhet, eller kanske ens sannolikhet. Grunden för all paral-

llexport är att det föreligger produktionsöverskott inom ett visst produktområde, att någon vill göra sig av med detta överskott, att man är beredd att göra det till låga priser och att någon önskar köpa. Bortsett från produktområden med mer eller mindre permanenta överskott är det näst intill omöjligt att säga var överskotten kommer att uppstå, hur länge de varar och om prisskillnaderna – tillsammans med valutakurserna – bär för mer långsiktig parallellhandel. Det viktiga är dock inte att kunna förutse var parallellhandel kan uppstå utan snarare att tillse att det inte finns hinder som försvårar en utjämning av produkter och priser mellan olika marknader.

Den elektroniska handeln befinner sig ännu så länge i sin linda. Från många håll bedöms dock den elektroniska handeln komma att få en stark utveckling under de kommande åren. Detta kommer inte enbart att öka den privata handeln och den privata importen, utan kommer också att skapa nya affärsmöjligheter när det gäller uppläggning och utformning av parallellimport.

Mot denna bakgrund och med vetskap om strävandena från internationella organisationer - såväl privata som överstatliga (OECD) - att söka skapa en ordning där nätet förklaras som en världsomspännande frizon inom ramen för World Trade Organization är det svårt att se hur Silhouettedomen i längden kan ha någon relevans, annat än ur rent juridisk synpunkt. Det är inte osannolikt att Silhouette-domen kan komma att påskynda den privata handeln över internet, då domen fysiskt kommer att undanhålla marknaden produkter, som tidigare fanns att tillgå genom butiksbesök. Domen skulle därmed på sikt - efter temporära prishöjningar - kunna leda till ökad priskonkurrens för den reguljära handeln genom en snabb ökning av privatimport över internet.

Appendix

1. Minnesanteckningar från möte med den danska interdepartementala arbetsgruppen i Köpenhamn den 16 november 1998, företrädna främst av Knud Wallberg, Patentdirektoratet och Hans Kierkegaard, Konkurrensstyrelsen.
2. Anteckningar från möte med NERA, National Economic Research Associates den 23 november 1998, representerade av Dr John Ryhs, director, Theon van Dijk, consultant och David Lewis, consultant.

Appendix 1

Minnesanteckningar från möte med den danska interdepartementala arbetsgruppen i Köpenhamn den 16 november 1998, företäckta främst av Knud Wallberg, Patentdirektoratet och Hans Kierkegaard, Konkurrensstyrelsen.

Arbetsgruppen fick sina direktiv i början av april i år och beräknas lämna sin rapport i mitten av januari 1999. Rapporten överlämnas till ministern i Erhvervsministeriet som slutligt avgör om rapporten kommer bli offentlig eller kommer att anses som internt arbetsmaterial.

Bakgrunden till att arbetsgruppen tillsattes var att ministeriet fann att man saknade en genomarbetad strategi och politik kring synen på parallellimport. Denna insikt hade man bl a kommit fram till genom ett flertal uppvaktningar som pekat på konsekvenserna av det ärende i EG-domstolen, som senare kommit att kallas Silhouette-domen. Arbetsgruppens uppdrag anses primärt vara att analysera hur danska varumärkesinnehavares intressen kommer att påverkas om den danska regeringen fastnar för att driva linjen om global konsumtion av varumärkesrättigheter, en linje som är den primära för den danska regeringen. Dessutom pågår en diskussion bland danska klädexportörer - Danmark är nettoexportör av kläder - om effekterna vid tillämpning av principerna om global respektive regional konsumtion. Kända varumärken med danskt ursprung är t ex Vero Moda, Karel Gry, Matinique och Peak Performance.

De danska konsumentorganisationernas reaktioner var direkt efter Silhouette-domen mycket distinkta till förmån för en positiv syn på fortsatt parallellimport. Därefter har konsumentorganisationernas röster alltmer tystnat och någon mer omfattande diskussion omkring parallellimporten förekommer inte längre.

Arbetsgruppen har genom intervjuer och direkta brev till parallellimporterande företag så här långt kommit fram till följande. Av antalet tillskrivna parallellimporterande företag har hittills 50 procent svarat.

- Någon offentlig statistik som kan ge vägledning om parallellimportens storlek och ursprung finns inte. Det enda undantaget är läkemedel, som är föremål

för särskilt registreringsförfarande.

- De varuområden där parallellimport i första hand förekommer är kläder, skor, sportutrustningar, läkemedel och kosmetik. För läkemedel är marknadsandelen för parallellimporterade produkter ca 10 procent, medan marknadsandelen för parallellimporterade kläder är ca 5 procent.
- Parallellimporterade läkemedel är prissänkta med minst 5 procent, medan prissänkningarna för parallellimporterade kläder vanligen uppgår till ca 30 procent.
- Parallellimporten beräknas - när alla enkätsvar inkommit - uppgå till högst 0,5 procent av den totala privata konsumtionen.
- Omfattningen av parallellimporten är mindre än vad man inledningsvis förväntade sig.
- S k factory-outlets har haft än betydligt mindre framgång i Danmark än i Sverige.
- Enligt uppgift har enstaka effekter av Silhouettdomen noterats, t ex en prishöjning med ca 50 % på Levi's jeans.

Appendix 2

Anteckningar från möte med NERA, National Economic Research Associates – den 23 november 1998 representerade av Dr John Ryhs, director, Theon van Dijk, consultant och David Lewis, consultant.

NERA har erhållit EU-kommissionens uppdrag att utreda de ekonomiska konsekvenserna mm av en utvidgning av konsumtionsbegreppet i fråga om varumärkesrätten. Förutom effekter för prisbildning och konkurrens kommer resurser också att läggas ner på att försöka beskriva och analysera hur en global konsumtion av varumärkesrätten kan återverka på andra rättigheter, t ex patenträttigheter, copy-rights samt skydd för form och design.

Med hänsyn till sin uppdragsgivare, EU-kommissionen, var representanterna för NERA mycket sparsamma med konkreta uppgifter från deras utrednings- och analysarbete. Vid de allmänna diskussioner som fördes erhöles dock intrycket att resultaten från den svenska undersökningen i stort överensstämmer med vad NERA:s analyser leder fram till, även om parallellimporten på olika geografiska områden kan omfatta olika varugrupper beroende på rådande prisskillnader och institutionella förhållanden. Vad gäller prisnedsättningarnas storlek för parallellhandlade varor och parallellhandels omfattning i relation till den totala privata konsumtionen verkade samstämmigheten relativt stor. Detsamma gällde beträffande utvecklingen av den privata importen över internet och denna handels inverkan på såväl den reguljära handeln som på parallellhandeln.

I övrigt framhöll representanterna för NERA följande, här återgivet i komprimerad form.

- NERA har efter vissa inledande studier och diskussioner kring utredningsmetodik fastnat för att närmare studera omkring tio varuområden, bl a CD-skivor och böcker, videoapparater och andra produkter inom begreppet consumer electronics, motorfordon, hushållskapitalvaror, alkohol och läskedrycker, konfektyr, kläder och skor, läder samt kosmetika. Härutöver kommer NERA att utifrån tidigare kunskaper och erfarenheter lämna en särskild beskrivning av läkemedelsmarknaden.

- NERA samarbetar med ett företag speciellt inriktat på marknadsundersökningar, genom vilket data till undersökningen samlas in per telefon från utvalda företag baserat på frågor i ett särskilt frågeformulär. När det gäller läkemedel har, som ovan nämnts, metodiken varit en annan när det gäller att samla data för den slutliga analysen.
- NERA var så här långt besvikna på svarsfrekvensen i telefonintervjuerna och var också till viss del avvaktande till kvaliteten i avgivna svar. Utifrån de erhållna svaren uttryckte NERA:s representanter förvåning över att parallellhandeln inte var av större omfattning än den visat sig vara.
- NERA kommer i sin slutrapport också att behandla parallellhandels inverkan på värdet av inarbetade varumärken liksom på varumärkesinnehavarnas intresse av att för framtiden, genom t ex reklaminsatser, stötta sina varumärken.
- NERA kommer dessutom att beröra växelkursdifferenser och dess effekter på prisbildningen.
- NERA har lämnat en muntlig rapport – ”progress report” – till kommissionen. I januari nästa år kommer NERA att presentera ett utkast till slutrapport för kommissionen, varefter utredningen kommer att färdigställas. Slutrapporten är planerad till mars 1999.

- | | |
|------------------------------------|--|
| 12. Peter Egart | Stockholms Handelskammare |
| 13. Lars Göransson | Handelskompaniet AB |
| 14. Zefir och Mistral Hansen | Hansen Racing AB |
| 15. Ronnie Holm | FabriksButiken (American Products) |
| 16. Marie-Louise Bernhardsson | Pre Import AB |
| 17. Diskussioner med | Dansk interdepartemental arbetsgrupp för analys av parallellimportens betydelse för den danska marknaden |
| 18. Diskussioner med konsulter vid | National Economic Research Associates Inc, Economic Consultants (NERA); utredning av de ekonomiska konsekvenserna av en utvidgning av konsumtionsbegreppet i fråga om varumärkesrätter (uppdrag av EU-kommissionen). |

Övriga källor

1. Svenska regeringens skriftliga yttrande i mål C-355/96, Silhouette International Schmied mot Hartlauer Handelsgesellschaft mbH (feb. 1997)
2. Opinion of Advocate General Jacobs i mål C-355/96 (jan. 1998)
3. EG-domstolens dom i mål C-355/96 (juli 1998)
4. PM med rubriken
Några kommentarer om parallellimport med anledning av EG-domstolens dom den 16 juli 1998 i det s k Silhouette-målet, Lars-Olof Eklöf, Svensk Handel

Parallellimport, några fakta och konsekvenser, Lars-Olof Eklöf, (oktober 1998), Svensk Handel.
5. EG-domstolens dom i mål C-306/96 mellan Javico International och Javico AG och Yves Saint Laurent Parfums SA(YSLP) (april 1998)
6. Regeringens uppdrag till Konkurrensverket (KV) att utreda effekterna av en begränsning av viss parallellimport till Sverige (1998-09-03)
7. Danska regeringens uppdrag till en dansk interdepartemental arbetsgrupp att undersöka parallellimportens grunder och omfattning i Danmark (april 1998)

8. Parallel Importing Strategies, Scrip Reports (april 1998)
9. Methodology in parallel trade cases, by Konrad Schumm, administrator European Commission (september 1998)
10. PM med rubriken
Silhouette-domen och parallellimport till den svenska marknaden, Lennart Göransson, Konkurrensverket (KV) (augusti 1998).
11. Statistik från Statistiska Centralbyrån (SCB) avseende försörjningsbalans, vägningstal för konsumentprisindex 1998 och länderfördelad import.
12. Parallel Imports, Exhaustion of Rights in EU, Jeremy R.C. Brown, Journal of the Licensing Executives Society (juni 1997)
13. Parallel Imports and International Trade, Christopher Heath, International Review of Industrial Property and Copyright Law (oktober 1997)
14. Läkemedelsvärlden nr 10/1998
15. Svenskarnas konsumtion av alkohol från legala och illegala källor vid mitten av 1990-talet, Systembolaget AB, preliminär rapport redovisad vid OAS-seminarium om illegal alkohol i november 1997.
16. Av SIFO genomförd undersökning för Tobakshandlarnas Riksförbund angående legal och illegal införsel av tobak (hösten 1997).
17. Tidningsklipp erhållna från Konkurrensverket samt sökning via internet på relevanta ledord och adresser.

Bilaga 2

Inriktning - undersökta områden

		Vägningstal 1998 i konsumentprisindex (andel av privat konsumtion)	%
Bilar	}		
Motorcyklar			3,5
Snöskotrar			
Bilreservdelar m.m.		8,73	1)
Båtar och båttillbehör		..	
Livsmedel (inkl. drycker)		14,0	
Alkoholhaltiga drycker		2,41	
Tobak		2,19	
Däck		(se ovan, bilreservdelar m.m.)	
Hushållskapitalvaror		0,58	
Kläder (inkl textil)		4,56	
Skor		0,94	
Lampor		(se ovan, hushållskap. varor)	
Leksaker och hobbyartiklar		3,22	2)
Ljusarmaturer		(se ovan hushållskap. varor)	
Läkemedel		2,76	3)
Mopeders och cyklar		(se ovan, bilar m.m.)	
Optik		..	
Radio och TV		0,59	
Sjuk- och hälsovårdsprodukter		(se ovan, läkemedel)	
Sportartiklar		(se ovan, leksaker och hobbyartiklar)	
S:a			43,48

Större områden inom den privata konsumtionen som inte undersökts är bostad, värme och hushållsel (33,6%) resor och transporter (3,36%), post och tele (2,71%), nöjen och rekreation (3,73%), böcker, tidningar och tidskrifter (1,46%) samt förtäring utom hemmet (3,23%). Inom dessa områden torde viss privat import, möjligen också parallellimport, förekomma beträffande böcker och CD-skivor. Denna privatimport sker huvudsakligen genom internet.

- 1) Hela posten driftkostnader för fordon
- 2) Hela posten andra fritidsartiklar
- 3) Hela posten hälso- och sjukvård

Bilaga 3

Områden med parallellimport i någon omfattning

	Vägningstal 1998 i konsumentprisindex (andel av privat konsumtion) %
Bilreservdelar	8,73 1)
Livsmedel (främst vissa drycker, kex och konfektyr)	14,0
Däck	(se ovan, bilreservdelar)
Kläder (inkl textil)	4,56
Skor	0,94
Motorcyklar (inkl delar)	3,5 2)
Sportutrustning (främst golfutrustning)	3,22 3)
Snöskotrar	(se ovan, motorcyklar)
Läkemedel	2,76 4)
<hr/>	
S:a	37,71%

- 1). Hela posten driftkostnader för fordon
- 2). Hela posten inköp av fordon, cyklar och mopeder
- 3). Hela posten andra fritidsartiklar
- 4). Hela posten hälso- och sjukvård

Bilaga 4

Uppskattad storlek av parallellimport

Områden	Parallellimport Värderad i konsumentledet (årsförsäljning), mkr, ca	Andel parallellimport av branschens omsättning, %, ca	Andel av parallellimporten, % från	
			EES-land (ca)	Annat land (ca)
Livsmedel (främst vissa drycker, kex och konfektyr)	< 100	0,0		100
Bilreservdelar	3000	20	67	33
Däck	40	2		100
Motorcyklar	85	9		100
Kläder	4000	10	10	90 ¹
Skor	400	5		100
Läkemedel	1000	5	100	
Sportutrustning (huvudsakligen golf)	50	8		100
Snöskotrar	60	ca 8		100
	Summa ca 8700 ²			

¹ Mycket av denna import kommer dock in i Sverige närmast via annat EES-land, där partier från exempelvis USA eller asiatiska länder tullats in för att sedan spridas vidare i Europa.

² Varav ca 5300 från annat land än EES-land.

Bilaga 5

Uppskattad direkt prispåverkan av parallellimport

	Prisnedsättningarnas storlek, %	Påverkan på priserna inom varuområdet, %	Påverkan på Allmänna prisnivån, %
Livsmedel	..	0,0	0,0
Bilreservdelar	20 - 25	4 - 5	0,06 - 0,08
Däck	20	0,4	0,0
Motorcyklar	10 - 15	0,9 - 1,4	0,0
Kläder	30 1)	3	0,14
Skor	30	1,5	0,01
Läkemedel	10	0,5	0,01
Sportutrustning (golf)	30	2,4	0,0
Snöskotrar	10 - 20	0,8 - 1,6	0,0

1) Upp till 50 - 70% på vissa modeller

Bilaga 6

Uppskattning av viss privatimport och prispåverkan av denna import

Bilar

Privatimport av bilar gäller främst gamla bilar - genomsnittsålder 6 år - från EES-land, huvudsakligen Tyskland. I viss utsträckning sker importen i särskilt ordnade former - orderupptagning, ordersammanställning, urval etc genom specialiserade företag - men affärsavsluten sker praktiskt taget alltid direkt mellan exportören och den enskilde personen.

1997 privatimporterades 32 187 bilar till ett beräknat genomsnittspris om ca 100 000 kr, dvs till ett totalt värde om ca 3,2 miljarder kr.

Totalt såldes ca 275 000 begagnade bilar på svenska marknaden 1997, dvs marknadsandelen för privatimporten på begagnatmarknaden uppgick detta år till ca 12 procent. Andelen beräknad för hela bilmärknaden var 1997 ca 6% (275 000 begagnade och 225 000 nya bilar).

Privatimporten har medverkat till stora prissänkningar på begagnatmarknaden. Totalt, inklusive slopad accis, har prisen sjunkit med drygt 20%, vilket fört ned priserna på begagnatmarknaden i paritet med vad som nu gäller i t ex norra kontinentaleuropa. Till viss del har även nybilspriserna påverkats, främst vad gäller tyska märkesbilar. Prisanpassningen mot nordeuropa väntas leda till en nedgång av privatimporten med begagnade bilar.

Alkoholhaltiga drycker

Den totala alkoholkonsumtionen beräknas enligt särskilda undersökningar 1996/ 97 ha uppgått till 668 450 (1000 volymliter). Detta inkluderar all konsumtion av alkohol, dvs. såväl legalt som illegalt åtkommen alkohol.

Marknadsandelen för den privat, legalt införda alkoholen beräknas 1996/ 97 ha uppgått till ca 7% av den totala konsumtionen, (45 422, 1000 volymliter). Inkluderas också den illegalt, privat införda alkoholen blir marknadsandelen ca 9%. Värdet på den

legalt, privat införda alkoholen kan beräknas till omkring 1,5 miljarder kronor 1996/ 97.

Vissa justeringar har gjorts i skattesatserna för öl för att dämpa den privata införseln av öl från främst Danmark.

Tobaksvaror

1996/ 97 beräknas ca 2 miljoner svenskar legalt ha infört tobaksvaror, främst cigaretter, till Sverige. Detta enligt en särskild undersökning genomförd av SIFO. Härtill kommer att ca 400 000 personer dessutom infört cigaretter illegalt. Värde på den legalt, privat införda tobaken kan beräknas till närmare 1 miljard kronor 1996/ 97.

Tobaksskatten har i början av hösten 1998 sänkts.

Bilaga 7

Områden med privatimport i någon omfattning

		Vägningstal 1998 i konsumentprisindex (andel av privat konsumtion)
		%
Bilar	}	3,5 ¹
Motorcyklar		
Alkoholhaltiga		2,41
Tobak		2,19
S:a		8,1%

¹ Hela posten inköp av fordon, cyklar och mopeder.

Bilaga 4
Parallelimport

AB Handels
Utredningsinstitut
Stefan Fölster,
Peter Nygren

Inledning och Sammanfattning

Avsikten med denna studie är att belysa de samhällsekonomiska konsekvenser av effekterna som begränsningen av parallellimport till Sverige innebär. Arbetet är inte en heltäckande kartläggning och probleminventering utan ett arbete som fokuserar på två uppgifter.

Den första delen är ett koncist resonemang kring för- och nackdelar med parallellimport så som de har behandlats i ekonomisk forskning. Den andra delen belyser möjligheten för privatpersoner att kringgå förbudet av parallellimport genom privatimport – exempelvis genom handel via internet.

Forskningslitteraturen

I den ekonomiska forskningslitteraturen har en rad aspekter kring parallellimport undersökts. I den enklaste teorin ger ett förbud mot parallellimport producenten möjlighet att prisdiskriminera. Om parallellimport tillåts tvingas producenten att ta ut samma pris i alla länder. I denna enkla modell leder parallellimport till en välfärdsvinst för högprisländer och en välfärdsförlust för lågprisländer. Eftersom Sverige i många avseenden framstår som ett högprisland, skulle detta innebära att Sverige vinner på att parallellimport tillåts.

Samtidigt är teorin inte särskilt tydligt angående den samlade välfärdsvinsten för länderna sammantaget. Dessutom finns en rad aspekter att ta hänsyn till som faller bort i den enkla teorin. Flera av dessa diskuteras i avsnitt 2.

En av de viktigaste aspekterna har emellertid inte belysts i forskningslitteraturen, nämligen möjligheten att parallellimport ersätts av privatimport.

Kan privatimport ersätta parallellimport?

Med parallellimport avses normalt sådana varor som bär ett genuint varumärke och som importerats till Sverige av icke auktoriserade distributörer när det samtidigt finns en svensk distributör som är relaterad till den utländska varumärkesinnehavaren. Således avses endast sådan handel som sker i strid med varumärkesinnehavarens återförsäljningsavtal och sådan import som sker via distributörer. Privatimport omfattas således inte av definitionen.

En central fråga är vad konsekvenserna av ett förbud mot parallellimport blir om parallellimporten i viss mån ersätts av privatimport via t.ex. näthandel.

För att belysa denna fråga redovisas i avsnitt 3 räkneexempel som bygger så långt det varit möjligt på tillgängliga fakta. I vissa avseenden baseras dock kalkylen på grovt uppskattade värden. Detta ger en betydande osäkerhet i resultaten. Trots detta ges en viss bild över vilka storleksordningar effekterna kan ta.

Enligt räkneexemplet kan ett förbud mot parallellimport som i viss mån ökar privatimport leda till den direkta effekten att cirka 2 500 personer förlorar sina arbeten, statens kostnader för t.ex. a-kassa ökar med ungefär 350 miljoner kronor samtidigt som statens skatteintäkter minskar med 750 miljoner kronor. På sikt blir inte de samhällsekonomiska kostnaderna lika höga eftersom en del av den minskande sysselsättningen inom svensk handel får arbete i andra sektorer.

Slutsatser

Det är viktigt att betona att resonemanget här avser de samhällsekonomiska effekterna av ett förbud mot parallellimport, såsom det framkommer i t.ex. Silhuoettedomen. En separat fråga som ibland diskuteras är den om s.k. avtalsfrihet, dvs. om det skall vara tillåtet för en producent att stipulera förbud mot vidareförsäljning i säljavtal. Den senare diskussionen rymmer flera avvägningar som inte tas upp här.

När det gäller förbud mot parallellimport så tyder analysen på att ett sådant skulle innebära en samhällsekonomisk förlust för Sverige. I själva verket tyder analysen av privatimport på att det inte ens är självklart att märkesbutikerna på sikt vinner på ett förbud. Det finns i vart fall en risk för dessa att ett förbud mot parallellimport ger extra fart åt den växande näthandeln och på sikt även undergräver märkesbutikernas marknadsandelar.

2 Nationalekonomisk forskning och parallellimport

Parallellimport berör produkter som skyddas av immateriella rättigheter. Syftet med immateriella rättigheter är i första hand att med rättssystemets hjälp skydda investeringar i forskning och utveckling (ex patent, upphovsrätt och mönsterskydd) samt investeringar i kvalitet och produktförbättringar (ex varumärken)²³.

Genom att upphovsmän, enskilda eller företag, erhåller immateriella rättigheter möjliggörs också en indirekt handel i investeringar som inte annars skulle betinga något marknadsmässigt värde. På så vis befrämjas effektivitet i produktionen av kunskapsintensiva varor och tjänster då resultatet kan exploateras av de aktörer som har bäst förutsättningar.

Samtidigt som immateriella rättigheter ger incitament för investeringar i utveckling av nya idéer och förbättringar av redan befintliga produkter ger dessa rättigheter viss monopolmakt till de företag som erhåller patent, mönsterskydd eller varumärkesskydd för sina varor och tjänster. Denna monopolmakt kan resultera i snedvridningar och ineffektivitet i ekonomin, vilket skadar konsumenterna. Den nationalekonomiska forskningen intresserar sig för frågan hur effektiva incitament kan behållas så att tillräckliga investeringar görs i nya och befintliga produkter samtidigt som snedvridningarna i ekonomin blir så små som möjligt.

Den allvarligaste snedvridningen på monopolmarknader är att monopolföretaget sätter ett pris som är avsevärt högre än kostnaden att producera varan. På så vis säljs för lite av varan och konsumentnytta går förlorad.

²³ Om inte dessa immateriella rättigheter upprätthålls har inte enskilda företag och entreprenörer tillräckliga incitament för att ta fram nya produkter eftersom andra aktörer kan komma att urholka upphovsmännens avkastning på deras ursprungliga investeringar (s.k. free-riding). Varumärken har också en annan viktig funktion att möjliggöra för konsumenter att identifiera genuina varor och skilja dessa från kopior eller snarlika produkter. Denna funktion är viktig då den senare kategorin helt eller delvis kan sakna den genuina produktens egenskaper. Genom varumärket kan konsumenten identifiera den genuina produkten och en kostsam sökprocess kan undvikas.

En annan typ av snedvridning på monopolmarknader kan uppstå till följd av prisdiskriminering²⁴. För att denna snedvridning skall förekomma måste tre villkor vara uppfyllda: företaget måste ha någon grad av monopolmakt, olika konsumentgrupper måste kunna skiljas åt och arbitragemöjligheterna måste vara begränsade. Dessa villkor är ofta uppfyllda på internationella marknader och parallellimport är vanligtvis ett svar på denna typ av prisdiskriminering.

Förekomsten av parallellimport påverkar den senare typen av snedvridning men i normalfallet inte den förra²⁵. Eventuella välfärdseffekter av parallellimport är därför begränsade i förhållande till åtgärder som allmänt förbättrar förutsättningarna för konkurrens från nya och befintliga aktörer såväl i Sverige som internationellt. Vidare kan andra handels- och konkurrenspolitiska åtgärder, till skillnad från parallellimporten, bidra till att öka antalet tillgängliga produkter och på så vis höja konsumentnyttan.

Inom nationalekonomisk forskning har den grundläggande frågan om den samhällsekonomiska effekterna av prisdiskriminering undersökts en hel del. Ofta har dessa undersökningar inte specifikt tillämpats på parallellimport, men insikterna är tämligen allmän- giltiga. Det finns inga principiella skillnader i argumentationen för en handel som uppkommer p.g.a. prisdiskriminering mellan regioner jämfört med en prisdiskriminering mellan länder eller handelsblock.

I det följande beskrivs först analysen för den enklaste situationen. Sedan diskuteras ett antal komplikationer och hur de påverkar slutsatsen.

2.1. Den enklaste modellen

Anta att ett företag säljer sin produkt på skilda marknader, t.ex. olika länder. Företaget har en unik produkt, dvs. viss monopolställning, även om det kan finnas konkurrenter med relaterade produkter. Efterfrågan och betalningsviljan varierar mellan länderna. Om ingen handel mellan länder förekommer sätter företaget priset

²⁴ Prisdiskriminering leder normalt till att den producerade mängden ändras vilket ger upphov till allokeringseffekter. I undantagsfall, där prisdiskriminering inte påverkar den omsatta volymen på marknaden, är resultatet enbart en inkomstöverföring.

²⁵ I vissa fall kan export av tillfälliga överskottspartier hjälpa ett företag att upprätthålla monopolpriser inom landet genom att begränsa försäljningen. Ett alternativ till export av tillfälliga överskott är att bygga upp ett lager och dra ned på produktionen. Företaget skulle kanske inte heller chansa och producera för mycket om det inte gick att exportera.

utifrån det som maximerar vinsten utifrån efterfrågeförhållanden i respektive land. Normalt innebär detta att priset sätts högre där efterfrågan är mindre känslig för prisökningar (mindre elastiskt).

Om däremot parallellimport förekommer, och för enkelhetens skull antas leda till perfekt arbitrage mellan länderna, tvingas producenten att sätta ett gemensamt pris för alla länder utifrån den aggregerade efterfrågekurvan. Konsekvensen av detta är att priset blir lägre för konsumenter i länder med mindre elastisk efterfråga och högre i länder med mer elastisk efterfråga.

Ett standardresultat är att prisdiskrimineringen i denna situation ökar välfärden om den ökar den samlade produktionen, medan välfärden minskar om prisdiskriminering ger minskad eller oförändrad produktion. Under förhållanden som ofta anses råda leder prisdiskriminering till en välfärdsförlust för konsumenter i alla länder sammantaget.²⁶

Priset på respektive marknad återspeglar värderingen på marginalen för den sista enheten som säljs. Vid prisdiskriminering kommer värderingen att vara olika på marknaderna och den sista enheten säljs inte till den individ som värderar den högst. Därför går en del av konsumentöverskottet förlorat. Den negativa effekten av olika marginalvärdering kan endast uppvägas av att prisdiskriminering resulterar i en större samlad produktion.

Orsaken till att prisdiskriminering kan resultera i en välfärdsförlust är alltså att konsumentvärderingen av den sista enheten som säljs på lågprismarknaden är lägre än värderingen på högprismarknaden. Vid en given produktion är det alltså bättre att omfördela produktionen så att kvantitet flyttas från lågprislandet till högprislandet tills dess att värderingen och därmed priset är samma på alla marknader.

För policyanalysen inom EU kan emellertid frågan ställas på ett annat sätt. Som i Silhouettfallet är EU själv högprisområdet, medan länder utanför EU utgör lågprisområdet. För konsumenter inom EU är det i så fall en entydig välfärdsvinst om parallellimport

²⁶ För en genomgång av denna modell se Tirole (1988). När efterfrågekurvan är linjär leder t.ex. prisdiskriminering till en välfärdsförlust.

tillåts och prisdiskriminering därmed försvåras.²⁷ Argumentet kan gälla Sverige i än högre utsträckning.²⁸ Eftersom viss prisdiskriminering sker även inom EU, och det finns en tendens för små länder som Sverige att tillhöra de med högst priser, kan Sverige antas tillhöra de som vinner mest på att tillåta parallellimport.

En rad faktorer kan komplicera analysen. Dessa behandlas i tur och ordning i det följande.

2.2. Parallellimport kan minska investeringar i utveckling eller marknadsföring

Ett vanligt argument emot parallellimport har varit att importören får åka snålskjuts på producentens investeringar i t.ex. marknads-specifik marknadsföring (t.ex. Lexecon, 1985). Argumentet är vidareutvecklat i en teoretisk model i Ganslandt (1998). Med en omfattande parallellimport minskar motiven för producenten att investera i sådana marknadsspecifika investeringar.

Tolkningen av detta argument för konsumenten är emellertid inte helt entydigt. Argumentet gäller inte investeringar i produktkvalitet eller marknadsföring som ökar försäljning i alla marknader, utan enbart marknadsföring eller uppbyggnad av ett varumärke i en specifik marknad. Det är dock inte självklart att sådana investeringar ökar konsumentnyttan. I forskningslitteraturen har utvecklats ett antal skäl till att det kan ske en överinvestering (eller underinvestering) i sådan marknadsföring (t.ex. Grossman & Shapiro, 1984). En överinvestering sker när marknadsföringen i huvudsak

²⁷ Ett undantag uppstår endast om parallellimport innebär att producenten inte säljer alls till lågprismarknaden, innebär detta enligt teorin en välfärdsförlust för konsumenterna på lågprismarknaden, som gör det mer sannolikt att parallellimport också orsakar en välfärdsförlust för världen som helhet (t.ex. Malueg och Schwartz, 1994). Detta teoretiska resonemang utgår emellertid från tanken att konsumenter från lågprislandet inte kan köpa direkt eller via någon importör från högprislandet. Om sådan import sker är analysen densamma som ovan.

²⁸ Prissänkning i högprisområden kan bli ännu kraftigare när strategiska överväganden kommer in, t.ex. när producenten inte säljer direkt till konsumenten utan till handelsföretag. I en analys av denna situation kommer Katz (1987) fram till att konsumentförlusterna av prisdiskriminering kan bli betydligt större. Han undersöker en situation där producenten säljer både till lokala butiker och till stora kedjor. De stora kedjorna kan starta egen tillverkning om producenten sätter priset till dessa alltför hög. Ett utfall i denna situation kan vara att producenten kan öka priserna till kedjorna utan att få dem att börja importera konkurrerande produkter genom att öka priset till de lokala butikerna ännu mer. Denna mekanism kan innebära att prisdifferentiering mellan kedjor och lokala butiker leder till att priserna för båda stiger. Om parallellimport tilläts i denna situation skulle de lokala butikerna få en förhandlingsmöjlighet gentemot producenten liknande den som kedjorna har, vilket kan resultera i sänkta priser till både de lokala affärerna och kedjorna.

syftar till att locka över kunder från konkurrenter. En underinvestering kan ske när marknadsföringen tillför information som konsumenten har nytta av. Det är således en empirisk fråga.

2.3. Transaktionskostnader hos importören

I den teoretiska analysen har framhållits att om parallellimporten kräver resurser så minskar sannolikheten att den ger upphov till en välfärdsvinst, t.ex. Ganslandt (1998). Analysen visar vidare att risken för detta är störst när parallellimporten når en omfattande volym, vilket händer i lägen där det är bäst för producenten att, trots parallellimporten, upprätthålla stora prisskillnader mellan länderna.

Därtill innebär en transaktionskostnad för parallellimport en orsak till att priserna inte behöver utjämnas helt trots arbitrage mellan marknaderna.

Det bör också framhållas att samma problem kan påverka utbudet av komplementära varor och tjänster som helt eller delvis är en kollektiv nytta för alla konsumenter på den lokala marknaden. Ofta investerar tillverkaren i ett kringliggande och understödjande tjänsteutbud som kommer alla konsumenter till del på den lokala marknaden, exempelvis produktinformation, support, serviceverkstäder, lokalt anpassade applikationer mm. Särskilt för små länder kan lönsamheten för denna typ av investeringar minska om tillverkarens lönsamhet minskar drastiskt på grund av att parallellimportörer utnyttjar befintliga investeringar utan att själva bidra till det samlade tjänsteutbudet. Det minskade utbudet kan ha negativa effekter för konsumenterna även i högprislandet.

2.4. Transaktionskostnader hos producenten

Parallellimport kan orsaka vissa merkostnader för producenten. Ibland framställs dessa som kostnader för konsumenten (t.ex. Chard och Mellor, 1989). Till dessa hör

A) Producenten säljer en viss kvalitet i ett land, och en sämre kvalitet i ett annat land. Om parallellimport sker blir det svårare för konsumenten att associera ett varumärke med en viss kvalitet. Men det kan alternativt ses som en eventuell producentkostnad att tydligt utmärka produkterna enligt kvalitetsgraden. Detta torde normalt inte vara någon större kostnad.

B) Service kan standardiseras i ett land där en variant av produkten säljs, men blir dyrare om andra, parallellimporterade varianter, skall erbjudas service. Det torde emellertid inte vara svårt att ta betalt för extrakostnaden för service för de parallellimporterade varianterna.

C) Investeringsbeslut och produktionsplanering blir svårare för producenten om parallellimporterade varor i oförutsebara intervaller kommer in på marknaden. Men producenten kan ju parera ökat inflöde med prissänkningar för att avsätta en planerad mängd på marknaden. Parallellimportens prissänkande effekt är ju en konsumentvinst. Däremot är de rent administrativa kostnaderna för att ändra priser oftare en extra resurskostnad av ökad parallellimport.

D) Kopior blir svårare att upptäcka om parallellimport av produkten sker så att fler varianter kommer in på marknaden via fler kanaler. Även detta kan skapa en kostnad för både producenten och konsumenten.

2.5. Incitament för marknadsuppdelning

Parallellimporten minskar de prisdiskriminerande företagens vinster. Ett lägre pris på en marknad kan inte kompenseras av ett högre pris på en annan marknad och företagens totala vinster kommer att minska. Detta leder till att de prisdiskriminerande företagen kan ha incitament att påverka möjligheterna att sälja varor från en marknad på andra marknader. Om det är möjligt vill företagen med aktiva strategier orsaka en marknadsuppdelning, en segmentering, som gör parallellimport omöjlig eller väldigt dyr. Företagen kan på olika sätt, exempelvis genom paketering, försäkrings- och garantiåtaganden mm, bidra till att höja de hinder som parallellimporten möter.

Det finns därför skäl att tro att parallellimporten kan resultera i ett mindre effektivt resursutnyttjande såväl i de prisdiskriminerande som i de parallellimporterande företagen jämfört med en situation då prisutjämning kan åstadkommas utan kostnader. Med andra ord kommer välfärdsvinsterna att minska om parallellimporten kräver stora resurser för att anpassa produkterna så att de går att sälja på en annan marknad än den ursprungligen avsedda.

2.6. Fördelning av överskott

Under förhållanden som normalt antas råda så ökar den totala välfärden när prisdiskrimineringen minskar. Konsumenterna i högprislandet vinner mer än företagen och konsumenterna i lågprislandet förlorar. I allmänhet kommer därför länder med höga priser att vinna på minskade prisskillnader mellan länder.

Fördelningen av överskottet som uppstår när priserna utjämnas är däremot inte okomplicerad. Om exempelvis ett litet land med höga priser har en stor andel prisdiskriminerande producerande företag så kan vinsterna i företagen minska mer än konsumenterna vinner och det totala överskottet i landet kommer att minska trots prisutjämnningen. Även i detta fall är det dock oftast så att konsumenterna vinner på parallellimporten.

2.7. Minskade barriärer

Parallellimporten är endast ett sätt att komma till rätta med stora prisskillnader mellan länder. En relevant fråga i sammanhanget kan vara huruvida det finns andra och bättre sätt att minska prisskillnaderna. Ett exempel är att minska eventuella etableringshinder i högprisområdet så att konkurrensen ökar genom att fler utländska aktörer blir verksamma på den inhemska marknaden. Ganslandt (1998b) visar att nyetableringar, såväl som potentiell konkurrens, leder till minskande monopolvinster och bättre utnyttjande av skalfördelar. Konsumenterna vinner genom att produktutbudet ökar, kostnaderna minskar och priserna faller.

2.8. Slutsatser

Detta utgör en kort genomgång av det teoretiska resonemang som förts inom nationalekonomisk forskning som berör samhällsekonomiska vinster/förluster av prisdiskriminering. Slutsatsen av detta resonemang är inte helt entydigt om frågan ställs vad prisdiskriminering betyder för samtliga länder. Det huvudsakliga resultatet är visserligen att parallellimport eller annat som hindrar prisdiskriminering ökar konsumentnyttan, men det finns flera faktorer som kan ställa resultatet på huvudet. Till dessa hör att efterfrågefunktionerna kan ha en speciell form, att det kan finnas större transaktionskostnader samt att det kan finnas marknadsspecifika investeringar som ger konsumentnytta.

Om frågan i stället är huruvida EU-regler som hindrar prisdiskriminering mellan EU och tredje land är bra för EU:s konsumenter är svaret mer entydigt ja. EU tenderar att vara högprisområdet i de fall som berörs av om diskussionen parallellimport. Konsumenter i högprisområden vinner när prisdiskrimineringen minskar.

Hela resonemanget ovan är emellertid inriktat på att ett förbud mot parallellimport lyckas med att upprätthålla prisdiskriminering. Detta är inte självklart fallet. Konsumenter kan i ökad utsträckning importera direkt via internet. Nästa avsnitt visar att detta också innebär att konsumenterna i högprisområden som Sverige får möjlighet att köpa identiska varor till ett betydligt lägre pris via internet än vad som erbjuds i den traditionella butiken.

3 Kan privatimport ersätta parallellimport?

I detta avsnitt undersöks konsumenternas möjligheter att ersätta parallellimport med inköp via internet. Avslutningsvis görs en samhällsekonomisk bedömning av effekterna som förbudet mot parallellimport innebär.

I dag finns det relativt stora möjligheter för privatpersoner att köpa märkesvaror via internet – och möjligheterna lär knappast bli mindre utan snarare större i framtiden. Det är även troligt att konsumenterna kommer att bli betydligt mer vana att göra sina inköp via internet än vad som är fallet i dagsläget. Det beror framförallt på att framtidens konsumenter – dvs dagens ungdomar – i större utsträckning än deras föräldrar har datorvana. Därmed är det sannolikt att dessa konsumenter kommer att använda datorn som hjälpmedel vid inköp i större utsträckning än vad deras föräldrar gjort. Sammantaget innebär detta att inköpen via internet sannolikt kommer att växa i framtiden.

Möjligheterna till inköp via internet gör också att världen krymper och det i stort sett är lika enkelt att göra sina inköp från en internet-adress i Sverige som att göra motsvarande inköp från exempelvis USA. Därmed öppnas en betydligt större marknad för de svenska konsumenterna vilket med all sannolikhet innebär att privatimporten kommer att öka markant, då de flesta varor som köps via internet betingar ett betydligt lägre pris än vad de gör i Sverige. Således är det i princip möjligt för konsumenterna att även i fortsättningen göra inköp av märkesvaror till låga priser – trots förbudet mot parallellimport. Skillnaden blir att inköpen görs direkt av konsumenten via internet – dvs privatimport – och inte via en parallellimportör som tidigare.

3.1 Betydelsen av parallellimport och privatimport för detaljhandeln

Parallellimporten från länder utanför EES- och EU-området har framförallt uppmärksammats inom branscherna kläder, skor samt inom en del av sport- och fritidshandeln. Men parallellimport förekommer även i viss mån med insatsvaror, t.ex. byggmaterial, livsmedel och annat. Den totala parallellimporten innan förbudet trädde i kraft har uppskattats till ett värde av cirka 9 miljarder

svenska kronor.²⁹ Av detta bedöms ungefär 60 procent vara parallellimport utanför EES- och EU-området – dvs cirka 5,5 miljarder svenska kronor som skulle försvinna genom förbudet av parallellimport om förbudet också kan implementeras i praktiken. För det vidare resonemanget antas att ett förbud mot parallellimport också resultera i den avsedda effekten.

Vad innebär bortfallet av parallellimporten för de berörda aktörerna? Parallellimportören blir genom förbudet tvungen att upphöra med parallellimport från områden utanför EES- och EU-området. Således kommer en omsättning motsvarande 5,5 miljarder kronor gå förlorad för parallellimportörerna vilket troligtvis kommer att leda till att ett antal företag slås ut medan andra övergår till annan verksamhet. Konsumenten kommer att påverkas negativt i ett inledningskede av att den billigare parallellimporten upphört och man nu blir tvungen att betala ett högre pris för den vara man tidigare köpte via en parallellimportör. Övriga aktörer som berörs i första hand är staten samt befintliga märkesbutiker och dess agenter. Vi återkommer till effekterna för dessa aktörer senare i studien.

Då vi inte har för avsikt att kartlägga samtliga parallellimporterade varor kommer genomgången inte att namnge de produkter vi studerat utan endast fungera som exempel på möjligheterna till privatimport. Det är redan i dag relativt enkelt att på internet söka efter olika aktörer som säljer märkesvaror till markant lägre priser än vad som är fallet på den ordinarie svenska marknaden. Det går exempelvis alldeles utmärkt att köpa ett par märkesjeans via internet och få dem levererade till hemmet för cirka 400 kronor – jämfört med cirka 650-700 kronor i en ordinär märkesbutik.

Motsvarande resonemang gäller för en mängd märkesvaror inom framförallt klädes-, sko-, och sporthandeln. Inom en snar framtid kommer det enligt vår bedömning att finnas ännu fler aktörer som erbjuder konsumenterna denna tjänst via internet och därmed utökas tillgängligheten ytterligare. Tabell 2 exemplifierar prisnivåerna på internet jämfört med priserna i en traditionell butik och via de tidigare parallellimportörerna.

²⁹ Det finns ingen definitiv nivå på parallellimportens storlek. Nivån 9 miljarder kronor är enligt HUI:s mening den mest rimliga uppskattningen. Referens till nämnda nivå är Åke Hallman.

Tabell 2 Prisjämförelse internet, traditionell butik och parallellimport

	Pris internet ¹	Pris traditionell märkesbutik	Parallellimport
Märkesjeans	400:-	50-700:-	450-500:-
Märkesskor	400:-	600:-	400-450:-
Märkesjacka	1780:-	3500:-	2500:-

1: Inklusive frakt, exklusive moms

Källa: HUI

Prisförhållandena, som exemplifieras i tabell 2, är typiska för många varor. Genomgående är att priset via internet är betydligt lägre – ibland halva priset – jämfört med köp direkt i en butik. Detta gäller även för andra varor som inte finns redovisade i tabellen. Prisskillnaden är i sig själv ett starkt incitament för konsumenterna att göra sina inköp via internet.

I dagsläget utgör säkerheten med betalningen över internet en hämmande faktor för internethandelns utbredning. Så länge konsumenten känner en oro för att säkerheten inte är garanterad kommer hon med all sannolikhet att vara relativt återhållsam med betalning via internet. Det mest troliga är dock att det inom en mycket snar framtid kommer att finnas säkra betalningsmetoder. Därmed skulle en hämmande faktor för internethandelns växande omsättning vara undanröjd. Internethandelns nackdelar, förutom betalningssäkerheten, jämfört med inköp via traditionella butiker är även problem med kvalitet, service, möjligheten till att prova produkten, leveransproblem, mm som av konsumenten kan uppfattas negativt.

Det finns en mängd olika sökvägar på internet och det går alldeles utmärkt att använda vilken som helst för att söka efter hemsidor som säljer de produkter man är intresserad av. Skriver man in namnet på den märkesvara som man vill köpa kommer det upp ett flertal hemsidor som erbjuder kunden möjlighet att köpa den efter sökta varan. Hemsidorna informerar om vilka storlekar som finns tillgängliga, priset på varan, pris för leveransen samt vilka betalningssätt som är möjliga. Genomgående är det betalning via kreditkort som är vanligast förekommande. Generellt är hemsidorna mycket användarvänliga och priset på den efterfrågade varan är ofta betydligt lägre än i Sverige. Således är möjligheterna till inköp via internet i stort sett obegränsade redan i dag.

Förbudet mot parallellimport torde även öka konsumenternas intresse att söka nya vägar för sina inköp. Här finns således en betydande sannolikhet att internethandeln fyller det tomrum som skapas av ett förbud mot parallellimport.

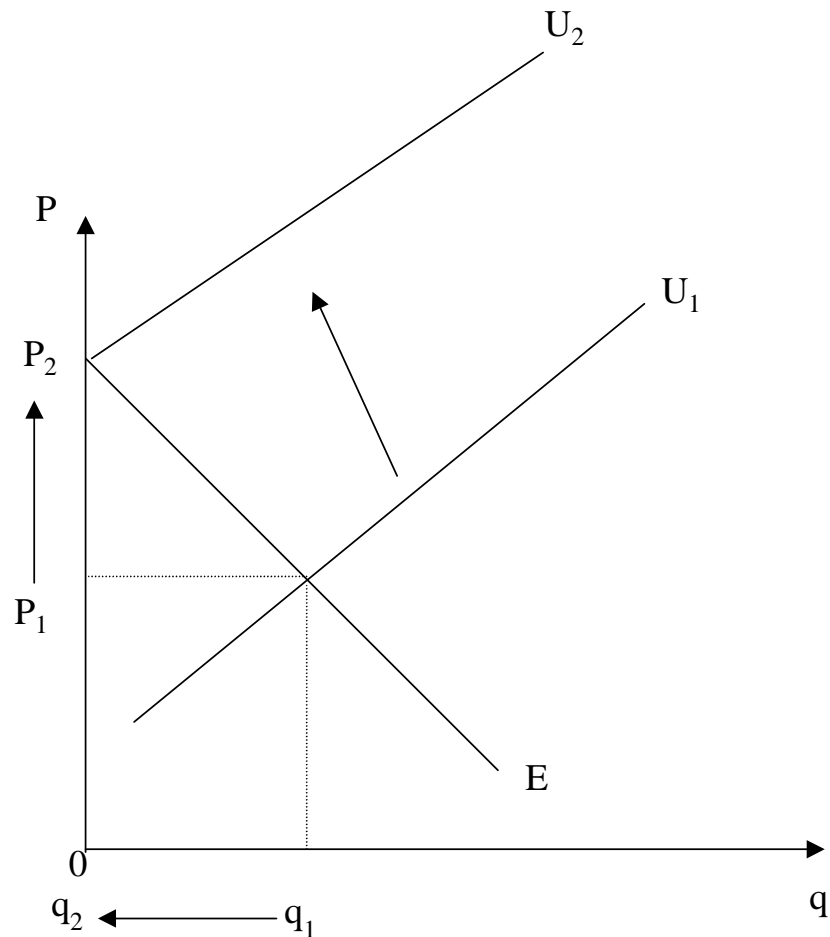
3.2 Parallellimportförbudets vinnare och förlorare

Det finns fyra aktörer som antingen är vinnare eller förlorare på parallellimport förbudet – parallellimportören, konsumenterna, befintliga märkesbutiker/dess agenter och staten. Effekterna är både direkta och indirekta. De olika berörda aktörerna kan också tänkas påverkas på ett visst sätt i ett inledningsskede men efter en period kan resultatet vara ett helt annat.

Vi har koncentrerat studien till de effekter som inträffar direkt när förbudet mot parallellimport träder i kraft. Ett antagande som ligger till grund för bedömningen av de samhällsekonomiska effekterna är att den befintliga parallellimporten – motsvarande 5,5 miljarder kronor – upphör då förbudet träder i kraft.

Effekterna på den tidigare parallellimport marknaden beskrivs i diagram 1 nedan.

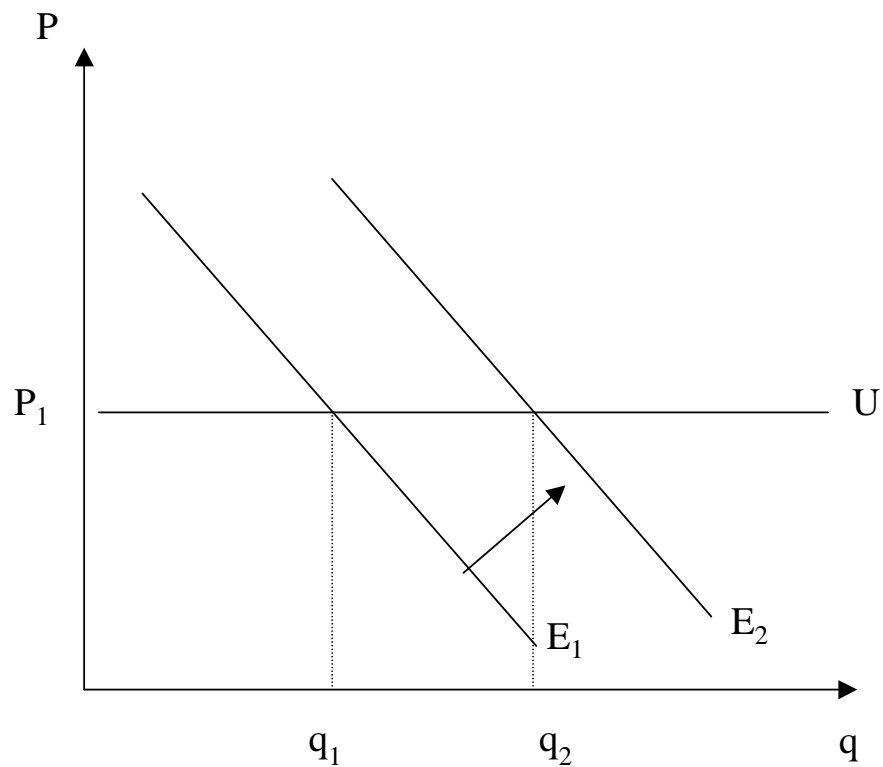
Diagram 1 Marknaden för parallellimport före och efter förbudet



Den tidigare marknaden för parallellimport hade före förbudet en jämvikt vid prisnivån p_1 och kvantiteten q_1 . När förbudet införs upphör utbudet av parallellimporterade varor och den nya utbudskurvan skiftar inåt till u_2 . Den nya utbudskurvan u_2 är identisk med de befintliga märkesbutikernas utbudskurva. Resultatet för parallellimport marknaden är att priset stiger till p_2 . Vid denna prisnivå är den efterfrågade kvantiteten på parallellimporterade varor q_2 - dvs noll. Således upphör marknaden för parallellimport.

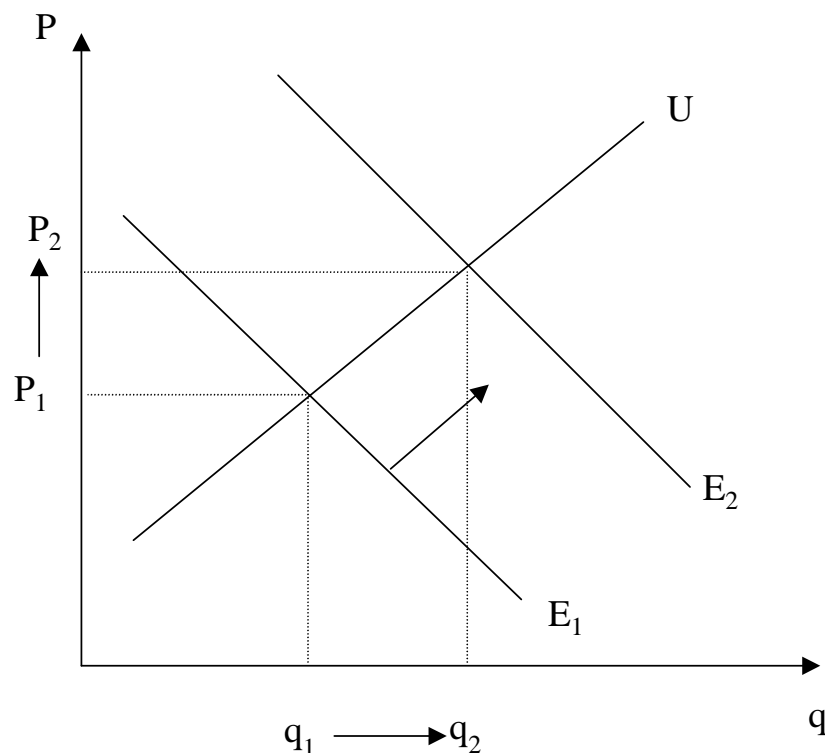
Omsättningen från den parallellimporterade sektorn övergår delvis till redan befintliga märkesbutiker och dels till andra inköskanaler (främst internet). Beskrivningen av detta framgår av diagram 2 och 3 nedan.

Diagram 2 Internetmarknaden före och efter förbudet mot parallellimport



Innan förbudet mot parallellimport såldes kvantiteten q_1 till priset p_1 på internetmarknaden. När parallellimporten förbjuds ökar efterfrågan på internetmarknaden och efterfrågekurvan skiftar utåt till e_2 . Internetmarknaden kommer därmed att sälja kvantiteten q_2 till priset p_1 efter förbudet mot parallellimport. Den helt rätta utbudskurvan förklaras av att internetmarknaden är en världsmarknad.

Diagram 3 Marknaden för märkesbutiker före och efter förbudet mot parallellimport



Efter förbudet mot parallellimport kommer efterfrågan i märkesbutikerna att öka – efterfrågekurvan skiftar utåt från e_1 till e_2 . Detta resulterar i att märkesbutikernas omsättning kommer att öka till q_2 samtidigt som prisnivån stiger till p_2 .

De samhällsekonomiska effekterna av förbudet mot parallellimport kartläggs nedan i form av räkneexempel som tar sin utgångspunkt i siffror om parallellimportens andel av den totala handeln, de ovan anförde prisrelationerna, samt kända relationer mellan omsättning i handeln och skattebetalningar och sysselsättning. Mest osäkert i räkneexemplet är emellertid hur mycket av parallellimporten som flyttar över till internet respektive märkesbutikerna. Vårt antagande i det avseendet visas i tabell 3. Som synes är det försiktiga antagandet där att mindre än hälften av parallellimporten ersätts av internetinköp.

Tabell 3 Omsättning via internet, parallellimport och traditionell handel före och efter förbudet mot parallellimport, mdr kronor

Med parallellimport			Utan parallellimport		
Internet	Parallellimport	Övrig handel	Internet	Parallellimport	Övrig handel
1,0	5,5	282,0	3,5	0,0	285,0

Källa: HUI

Innan förbudet mot parallellimport infördes bedöms handeln via internet ha omsatt cirka 1 miljard svenska kronor, parallellimporten cirka 5,5 miljarder och den övriga handeln 282 miljarder. När förbudet införs bedöms omsättningen från parallellimporten fördelas på internet och övrig handel. Internethandeln antas få ett tillskott på 2,5 miljarder medan övrig handels tillskott antas till 3 miljarder.

Nettoeffekterna för de berörda aktörerna beskrivs nedan. Där beräknas också de kortsiktiga effekter för sysselsättning, skatter m.m. I ett längre perspektiv sker en rad anpassningar som diskuteras längre fram.

Parallellimportören antas förlora 2,5 miljarder till internet och tre miljarder till befintlig handel dvs totalt 5,5 miljarder. Omräknat i antal sysselsatta är det cirka 5 500 personer då omsättningen per sysselsatt i svensk detaljhandel är ungefär 1 miljon kronor³⁰.

Övrig handel antas få ett tillskott på cirka 3 miljarder kronor vilket omräknat till antal sysselsatta är cirka 3 000 personer. Den ökade omsättningen leder även till en ökad vinst på ungefär 100 miljoner före skatt. Det genomsnittliga resultatet före skatt är ungefär 3 procent av omsättningen vilket ligger till grund för beräkningen av den ökade vinsten.

Konsumenterna går genom förbudet mot parallellimport miste om möjligheten att köpa märkesvaror till låga priser. Hur mycket denna förlust är värd för konsumenten är dock ytterst svårämbar. Att det är frågan om en förlust är dock helt klart.

³⁰ Källan till den beräknade omsättningen per sysselsatt är SCB.

Staten förlorar en del skatteintäkter. Omsättningen via internet bedöms öka med 2,5 miljarder, till största del är det troligt att denna omsättning kommer att undanhållas moms. Detta förutsätter visserligen att kunderna betar sig olagligt. Men i vår bedömning är det mycket svårt att övervaka och faktiskt driva in dessa momsbetalningar.³¹ De minskade momsintäkterna uppgår till cirka 500 miljoner kronor. Antal sysselsatta bedöms netto minska med 2 500 personer. Detta leder till minskad inkomstskatt på i storleksordningen 130 miljoner kronor då antalet arbetslösa ökar med 2 500 personer. A-kassans utgifter ökar med 350 miljoner kronor. Justerat för a-kasseersättningens inkomstskatt är statens skatteminskning ungefär 20 miljoner kronor netto. Staten går även miste om bolagsskatt på netto 75 miljoner kronor samt minskade arbetsgivaravgifter på cirka 150 miljoner kronor. Totalt sett ökar därmed statens kostnader med cirka 350 miljoner kronor samtidigt som intäkterna minskar med cirka 750 miljoner kronor genom förbudet av parallellimport. Därutöver ökar arbetslösheten med cirka 2 500 personer.

Effekterna är sammanställda i tabell 4 nedan.

Tabell 4 Effekterna vid ett förbud mot parallellimport

Märkesbutiker	Ökad försäljning med 3 miljarder
Parallellimporthandel	Minskad försäljning med 5,5 miljarder
Konsumenten	Högre priser
Staten	
- Minskad sysselsättning	2 500 sysselsatta
- Minskade momsintäkter	500 miljoner kronor
- Minskad inkomstskatt	20 miljoner kronor
- Minskad bolagsskatt	75 miljoner kronor
- Minskade arbetsgivaravgifter	150 miljoner kronor
- Totalt minskad skatt mm	750 miljoner kronor
- Ökade utgifter för a-kassa	350 miljoner kronor

Källa: HUI

³¹ När det gäller t.ex. dataprogram och musik som kan levereras via internet är det överhuvudtaget omöjligt att kräva in moms. När det gäller paket måste man räkna med att leverantörer anpassar sig till försök att övervaka hårdare. Det är t.ex. redan nu normalt att leverantörer delar upp försändelser i paket med mindre värde än det som kräver tulldeklaration.

Således skulle ett förbud mot parallellimport innebära en tämligen tydlig samhällsekonomisk förlust.

På längre sikt kan det dock tänkas att effekterna ser något annorlunda ut. En viktig aspekt är att en minskad sysselsättning leder till en anpassning eller "jämviktseffekter". Att sysselsättningen minskar pressar löner, vilket innebär att fler anställs. På sikt blir således effekten på sysselsättningen inte lika stor, men i gengäld pressas löner något.

En annan långsiktig effekt, som är mer spekulativt, är om förbudet mot parallellimport påskyndar internethandelns utveckling tillräckligt för att sätta igång en lavin, eller att tidigarelägga den exponentiella tillväxten i näthandeln som många väntar sig. Om detta är en riktig beskrivning av det dynamiska förloppet skulle förbudet paradoxalt nog kunna få positiva effekter för konsumenterna på sikt – framförallt i form av lägre priser men även i form av ett större utbud och ett effektivare inköpsmönster då varorna via internet levereras direkt till dörren och därmed besparas även en viss tid för konsumenten. Staten skulle fortfarande förlora på förbudet.

De befintliga märkesbutikerna och dess agenter – som till stor del legat bakom förbudet – kommer enligt vår bedömning däremot att påverkas negativt i det något längre perspektivet. Detta grundar vi på resonemanget ovan där konsumenterna i en snar framtid kommer att göra en stor del av inköpen via internet. Vår bedömning är att internethandeln av märkesvaror mycket väl kan komma att överstiga den omsättning på cirka 5,5 miljarder som den tidigare parallellimporten svarade för. Om detta blir fallet kommer det att drabba de befintliga märkesbutikerna som därmed kommer att sälja allt mindre. En utjämning av priserna mellan de olika marknaderna är också en trolig följd i det längre perspektivet. För Sveriges del innebär det att priserna i märkesbutikerna generellt måste anpassas nedåt.

3.3 Sammanfattning

Ett förbud mot parallellimport innebär en klar samhällsekonomisk förlust för Sverige. Konsumenterna tvingas betala ett högre pris för de efterfrågade produkterna, de tidigare parallellimportörerna måste totalt ändra sin affärsidé, statens intäkter i form av moms och andra skatter minskar med cirka 750 miljoner kronor samtidigt som utgifterna ökar med cirka 350 miljoner kronor genom förbudet mot parallellimport. Befintliga märkesbutiker får en ökad omsätt-

ning och är därmed de enda inhemska vinnarna av förbudet mot parallellimport.

Referenser

Chard, J.S. och C.J. Mellor (1989) Intellectual property rights and parallel imports, *The World Economy*, 12, 69-83.

Ganslandt, M. (1998) Welfare effects of arbitrage in international trade. Industriens Utredningsinstitut. Mimeo.

Ganslandt, M (1998b), Scale economies and arbitrage in international trade, Industriens Utredningsinstitut, mimeo.

Grossman, G., och C. Shapiro (1984) Informative advertising with differentiated products. *Review of Economic Studies* 51, 63-82.

Katz, M. (1987) The welfare effects of third degree price discrimination in intermediate goods markets. *American Economic Review* 77, 154-167.

Lexecon Inc. (1985), *The Economics of Gray-market Imports* (Washington DC).

Malueg, D.A. och M. Schwartz (1994), Parallel imports, demand dispersion, and international price discrimination, *Journal of International Economics* 37:167-195.

Tirole, J. (1988), *The theory of Industrial Organization*, Cambridge: The MIT Press.