

# Europeiska unionens officiella tidning

# C 327



Svensk utgåva

## Meddelanden och upplysningar

sextionde årgången

29 september 2017

### Innehållsförteckning

#### II *Meddelanden*

MEDDELANDEN FRÅN EUROPEISKA UNIONENS INSTITUTIONER, BYRÅER OCH ORGAN

##### **Europeiska kommissionen**

2017/C 327/01

Kommissionens tillkännagivande om tillämpningen av EU:s livsmedels- och konsumentskyddslagstiftning på marknadsföring av produkter med kvalitetsskillnader – Det specifika fallet livsmedel ..... 1

#### IV *Upplysningar*

UPPLYSNINGAR FRÅN EUROPEISKA UNIONENS INSTITUTIONER, BYRÅER OCH ORGAN

##### **Europeiska kommissionen**

2017/C 327/02

Eurons växelkurs ..... 8

2017/C 327/03

Ny nationell sida på euromynt som är avsedda att sättas i omlopp ..... 9

2017/C 327/04

Ny nationell sida på euromynt som är avsedda att sättas i omlopp ..... 10

# SV

V Yttranden

FÖRFARANDE FÖR GENOMFÖRANDE AV KONKURRENSPOLITIKEN

**Europeiska kommissionen**

2017/C 327/05

Förhandsanmälan av en koncentration (Ärende M.8623 – Borealis/OTPP/SSE/Maple) – Ärendet kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande <sup>(1)</sup> ..... 11

---

<sup>(1)</sup> Text av betydelse för EES.

## II

(Meddelanden)

MEDDELANDEN FRÅN EUROPEISKA UNIONENS INSTITUTIONER, BYRÅER  
OCH ORGAN

## EUROPEISKA KOMMISSIONEN

**Kommissionens tillkännagivande om tillämpningen av EU:s livsmedels- och konsumentskyddslagstiftning på marknadsföring av produkter med kvalitetsskillnader – Det specifika fallet livsmedel**

(2017/C 327/01)

Varors fria rörlighet är en av de fyra grundläggande friheterna på den inre marknaden. Den inre marknaden för varor uppmuntrar innovation på produktmarknaderna och skapar samtidigt fler möjligheter för företagen och fler valmöjligheter för konsumenterna i hela EU.

Varors fria rörlighet behöver inte nödvändigtvis innebära att varje vara måste vara identiskt utformad i varje hörn av den inre marknaden. Konsumenterna köper självklart fritt de produkter de själva vill, men företagen har också rätt att marknadsföra och sälja varor med olika sammansättning eller egenskaper, förutsatt att de till fullo respekterar EU:s lagstiftning (vare sig det gäller produktsäkerhet, märkning eller annan övergripande eller sektorsspecifik lagstiftning). För att kunna hålla sig i tåten måste företagen ständigt anpassa sig och förnya sina produkter så att dessa svarar mot olika trender avseende efterfrågan, logistiska frågor och ny teknik. Produkter av samma märke kan alltså ha olika egenskaper, på grund av legitima faktorer som t.ex. tillverkningsort eller konsumenternas preferenser i de regioner där de ska säljas. Men betänkligheter kan uppstå när olika sammansättningar av identiska märkesvaror marknadsförs på ett sätt som kan vilseleda konsumenterna.

EU har utvecklat ett omfattande regelverk för att skydda konsumenternas rättigheter. Ett effektivt konsumentskydd är nödvändigt för en effektiv och välfungerande marknad. En del av denna rättsliga ram inbegriper skydd för konsumenterna mot vilseledande information och affärsmetoder.

Frågan om kvalitetsskillnader mellan vissa produkter <sup>(1)</sup>, särskilt livsmedel, har varit en källa till växande oro. Europeiska rådet välkomnade i mars 2017 kommissionens arbete med att driva frågan vidare. Såsom tydligt betonades av kommissionens ordförande Jean-Claude Juncker i hans tal om tillståndet i unionen <sup>(2)</sup>, får en andra klassens konsumenter inte förekomma i en union av jämlikar och det är inte acceptabelt "att folk i vissa delar av EU prackas på livsmedel av lägre kvalitet än i andra länder, fastän förpackningen och märket är identiska". Kommissionen vidtar åtgärder på olika fronter för att återupprätta medborgarnas förtroende och tillit till den inre marknaden, och har beslutat att i första hand fokusera på området livsmedel.

Åtgärden är en kombination av en dialog med berörda parter och praktiska steg som gör att ansvariga myndigheter kan agera konkret. Efter diskussionerna vid Europeiska rådets möte i mars 2017 förde kommissionen frågan vidare till högnivåforumet för en bättre fungerande livsmedelsförsörjningskedja för att inleda en dialog mellan branschen, konsumenterna och nationella myndigheter. Denna dialog kommer att fortsätta under de kommande månaderna. Kommissionen har dessutom arbetat med konkreta åtgärder för att ta fram tillförlitliga och jämförbara fakta, med början på livsmedelsområdet. Gemensamma forskningscentret håller på att utarbeta riktlinjer för en gemensam testmetod som ett steg mot jämförbara och tillförlitliga kontroller i hela EU. Detta är väsentligt för att bedöma problemets omfattning och för att tillhandahålla den solida bevisgrund som behövs för de åtgärder som ska vidtas.

<sup>(1)</sup> Med andra ord varor som marknadsförs på den inre marknaden under samma märke eller varumärke men med skillnader i innehåll, sammansättning eller kvalitet i vissa EU-medlemsstater.

<sup>(2)</sup> [http://europa.eu/rapid/press-release\\_SPEECH-17-3165\\_sv.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-17-3165_sv.htm)

Ännu ett steg på vägen mot tydlighet och öppenhet vore att förbättra informationen om en produkts exakta innehåll. I livsmedelsfrågan för kommissionen diskussioner med näringslivet, främst livsmedelsproducenter och återförsäljare, om hur full insyn ska säkerställas vad gäller produkternas sammansättning (utöver de nuvarande rättsliga skyldigheterna). Ett alternativ som undersöks är en uppförandekod för producenter, med angivande av vilka normer som ska iakttas för att förhindra problem med kvalitetsskillnader. Slutligen håller kommissionen håller på att analysera tillämpningen av relevant EU-lagstiftning tillsammans med nationella konsumentskydds- och livsmedelsmyndigheter.

Detta tillkännagivande är en del av denna övergripande strategi, och syftet är att underlätta den praktiska tillämpningen av gällande lagstiftning. Flera områden av EU:s lagstiftning är relevanta för att komma till rätta med kvalitetsskillnader i produkter. I fråga om livsmedel – föremålet för föreliggande tillkännagivande – ingår särskilt bl.a.:

- Den allmänna livsmedelsförordningen <sup>(1)</sup>, vars syfte är att garantera att endast säkra livsmedel släpps ut på marknaden i EU och att konsumenterna får korrekt information och inte vilseleds i fråga om saluförda livsmedels sammansättning och egenskaper.
- Förordningen om livsmedelsinformation <sup>(2)</sup> med allmänna märkningsregler och -krav, bl.a. en obligatorisk fullständig förteckning över ingredienser så att konsumenten är helt informerad om livsmedelns sammansättning <sup>(3)</sup>.
- Direktivet om otillbörliga affärsmetoder <sup>(4)</sup>, som säkerställer att konsumenterna inte vilseleds eller utsätts för aggressiv marknadsföring och att EU-näringsidkarnas alla påståenden är tydliga, riktiga och styrkta. Syftet är att konsumenterna ska kunna göra välgrundade och meningsfulla val. Detta övergripande direktiv är tillämpligt på många affärsmetoder som också regleras av annan allmän eller sektorspecifik EU-lagstiftning, t.ex. livsmedel, leksaker, kosmetika, rengöringsmedel och annat, men endast för de aspekter som inte täcks av sektorslagstiftning.

Det är medlemsstaternas uppgift, och framför allt de nationella konsumentorganisationernas och livsmedelsmyndigheternas, att säkra efterlevnaden av EU:s konsumentregelverk och tillämpa EU:s säkerhets- och livsmedelsmärkningslagstiftning på nationell nivå. Kommissionen är emellertid beredd att bistå nationella myndigheter med det stöd och den vägledning som behövs. I föreliggande tillkännagivande förtydligas den relevanta rättsliga ramen i syfte att förse nationella myndigheter med verktyg och indikatorer så att verklig efterlevnad kan uppnås. Det bör ses som ett första steg i kommissionens insatser för att stödja nationella tillsynsmyndigheter i deras arbete med att sätta stopp för otillbörliga affärsmetoder. Det kan komma att aktualiseras ytterligare i ljuset av nya belägg baserade på de gemensamma testmetoderna, och också i fråga om andra produkter än livsmedel.

## 1. Krav på rättvisande information enligt förordning (EU) nr 1169/2011

I artikel 8 i förordning (EG) nr 178/2002 om allmänna principer och krav för livsmedelslagstiftning anges att livsmedelslagstiftningen syftar till att förebygga affärsmetoder som vilseleder konsumenterna, och i kraft av detta införs genom förordning (EU) nr 1169/2011 om tillhandahållande av livsmedelsinformation till konsumenterna (nedan kallad *förordningen om livsmedelsinformation*) en heltäckande rättslig ram vars syfte inte bara är att garantera en hög nivå på konsumenternas hälsoskydd och deras sociala och ekonomiska intressen, utan också att garantera den fria rörligheten för säkra och hälsosamma livsmedel på EU:s inre marknad.

<sup>(1)</sup> Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 178/2002 av den 28 januari 2002 om allmänna principer och krav för livsmedelslagstiftning, om inrättande av Europeiska myndigheten för livsmedelssäkerhet och om förfaranden i frågor som gäller livsmedelssäkerhet (EGT L 31, 1.2.2002, s. 1).

<sup>(2)</sup> Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1169/2011 av den 25 oktober 2011 om tillhandahållande av livsmedelsinformation till konsumenterna, och om ändring av Europaparlamentets och rådets förordningar (EG) nr 1924/2006 och (EG) nr 1925/2006 samt om upphävande av kommissionens direktiv 87/250/EEG, rådets direktiv 90/496/EEG, kommissionens direktiv 1999/10/EG, Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/13/EG, kommissionens direktiv 2002/67/EG och 2008/5/EG samt kommissionens förordning (EG) nr 608/2004 (EUT L 304, 22.11.2011, s. 18).

<sup>(3)</sup> Vissa produkter, exempelvis choklad, fruktsaft och sylt omfattas av särskilda sammansättningskrav eller ingår i kvalitetssystem i enlighet med EU:s harmoniserade lagstiftning eller nationell lagstiftning.

<sup>(4)</sup> Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 (direktiv om otillbörliga affärsmetoder) (EUT L 149, 11.6.2005, s. 22).

Genom förordningen om livsmedelsinformation införs för detta ändamål en allmän princip att livsmedelsinformation inte får vara vilseledande, i synnerhet

- när det gäller vad som är utmärkande för livsmedlet, bl.a. information om dess art, identitet, egenskaper, sammansättning, kvantitet, hållbarhet, ursprungsland eller härkomstplats, framställnings- eller produktionsmetod, och
- genom att utseendet, en beskrivning eller presentationer i bild visar att produkten innehåller ett särskilt livsmedel eller ingrediens, trots att en beståndsdel som normalt förekommer naturligt, eller en ingrediens som normalt används i det livsmedlet, har bytts ut mot en annan beståndsdel eller ingrediens.

Förordningen innehåller även en förteckning över obligatorisk information som i princip bör tillhandahållas för alla livsmedel: framför allt livsmedlets namn, en ingrediensförteckning, mängd av vissa ingredienser eller kategorier av ingredienser, information om allergener, en näringsvärdesdeklaration m.m. Livsmedelsinformationen måste vara tydlig, riktig och lätt att förstå för konsumenten. I förordningen fastställs därför särskilda bestämmelser om vilken information som ska finnas med, och dessutom minsta typsnitt.

Kommissionens tjänsteavdelningar har arbetat intensivt med medlemsstaternas behöriga myndigheter för att bygga upp en gemensam förståelse och underlätta tillämpningen av förordningen om livsmedelsinformation. För närvarande håller de på att lägga sista handen vid ett tillkännagivande som ska snart komma att antas av kommissionen. En särskild vägledning för information om ämnen eller produkter som orsakar allergi eller intolerans har getts ut i form av kommissionens tillkännagivande C(2017) 4864 final, 13 juli 2017.

För tillsynsmyndigheterna bör en kontroll av efterlevnaden av förordningen om livsmedelsinformation därför vara det första steget i en utredning av huruvida marknadsföringen av livsmedel följer regelverket.

## 2. Rättsvisande information om egenskaper hos produkter enligt direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder

*Samspel mellan livsmedelslagstiftning och särskilt förordningen om livsmedelsinformation – lex specialis-principen och dess inverkan på tillämpningen*

Lex specialis-principen i artikel 3.4 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder innebär att, i en situation där detta direktiv står i strid med eller överlappar sektorsspecifika EU-bestämmelser som reglerar specifika aspekter av otillbörliga affärsmetoder, är det de sektorsspecifika bestämmelserna som ska ha företräde och tillämpas på dessa specifika aspekter<sup>(1)</sup>. Likväl kommer direktivet även fortsättningsvis att vara relevant vid bedömning av andra aspekter av en affärsmetod som inte omfattas av sektorsspecifika bestämmelser. Direktivet kan alltså tillämpas tillsammans med sektorsspecifika EU-bestämmelser på ett kompletterande sätt. Eftersom det i artikel 11 i direktivet föreskrivs att alla medlemsstater ska se till att det finns adekvata och effektiva metoder för att bekämpa otillbörliga affärsmetoder, bör förvaltningen i medlemsstater där olika myndigheter ansvarar för kontrollen av efterlevnaden av direktivet och den sektorsspecifika lagstiftningen bedriva ett nära samarbete för att resultaten av deras respektive utredningar gällande samma näringsidkare och/eller affärsmetod ska bli konsekventa<sup>(2)</sup>.

Det är också viktigt att betona att information som är obligatorisk enligt sektorsspecifik EU-lagstiftning avseende kommersiella meddelanden, bl.a. reklam och marknadsföring, anses vara "väsentlig" enligt direktivet om otillbörliga affärsmetoder<sup>(3)</sup>. Väsentlig information avser viktiga upplysningar som företagare är skyldiga att ge konsumenterna, så att dessa kan fatta välgrundade affärsbeslut.<sup>(4)</sup> Underlåtenhet att lämna sådan information kan betraktas som en vilseledande affärsmetod, om ett utelämnande sannolikt kan medföra att genomsnittskonsumenterna fattar ett affärsbeslut som de annars inte skulle ha fattat.

(<sup>1</sup>) För annan sektorsspecifik lagstiftning, se till exempel kapitel IV i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1379/2013 av den 11 december 2013 om den gemensamma organisationen av marknaden för fiskeri- och vattenbruksprodukter, om ändring av rådets förordningar (EG) nr 1184/2006 och (EG) nr 1224/2009 och om upphävande av rådets förordning (EG) nr 104/2000 (EUT L 354, 28.12.2013, s. 1).

(<sup>2</sup>) Se särskilt s. 17 i *Guidance on the implementation/application of Directive 2005/29/EC on Unfair Commercial Practices* (kan hämtas från: [http://ec.europa.eu/consumers/consumer\\_rights/unfair-trade/unfair-practices/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/unfair-trade/unfair-practices/index_en.htm)).

(<sup>3</sup>) Artikel 7.5 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder och s. 17–19 i *Guidance on the implementation /application of Directive 2005/29/EC on Unfair Commercial Practices*.

(<sup>4</sup>) Artikel 7.1 och 7.2 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder och s. 69 i *Guidance on the implementation /application of Directive 2005/29/EC on Unfair Commercial Practices*.

Enligt förordningen om livsmedelsinformation måste exempelvis företagare tillhandahålla specifik information om produkter, bl.a. mängden av vissa ingredienser eller kategorier av ingredienser. Detta är "väsentlig" information i den mening som avses i artikel 7.5 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder. Utelämnande av denna information kan, efter en bedömning från fall till fall, anses vara vilseledande i den mån det är sannolikt att genomsnittskonsumentens affärsbeslut kan komma att påverkas.

#### *Hur direktivet om otillbörliga affärsmetoder tillämpas på affärsmetoder*

Direktivet om otillbörliga affärsmetoder är ett säkerhetsnät som ska bidra till att upprätthålla en hög gemensam konsumentskyddsnivå inom alla sektorer, genom att komplettera och fylla igen luckor i annan EU-lagstiftning. Genom direktivet förbjuds affärsmetoder som utnyttjar oriktig information, eller som på något sätt vilseleder eller sannolikt kommer att vilseleda genomsnittskonsumenterna, även om informationen är korrekt i sak beträffande produktens utmärkande egenskaper, samt i ettdera fallet medför eller sannolikt kommer att medföra att de fattar ett affärsbeslut som de annars inte skulle ha fattat.

#### **Det krävs en bedömning från fall till fall för att avgöra om en affärsmetod utgör en överträdelse av direktivet om otillbörliga affärsmetoder.**

Marknadsföring av varor med samma förpackning och märkning, men med olika sammansättning och sensoriska egenskaper, kan strida mot direktivet om otillbörliga affärsmetoder om det i det specifika fallet kan påvisas att:

- konsumenterna har legitima specifika förväntningarna på en produkt jämfört med en "referensprodukt" och produkten avsevärt avviker från dessa förväntningar,
- en näringsidkare utelämnar eller underlåter att förse konsumenterna med adekvat information, och dessa inte kan förstå att en skillnad kan föreligga till deras förväntningar,
- denna inadekvata eller otillräckliga information snedvrider sannolikt genomsnittskonsumenternas ekonomiska beteende, t.ex. genom att leda dem till att köpa en produkt som de annars inte skulle ha köpt.

Följande kriterier kan vara användbara för att karakterisera "referensprodukt":

- i) en produkt marknadsförs i "samma förpackning och med samma märkning" i flera medlemsstater,
- ii) produkten säljs i flertalet av dessa medlemsstater med en viss sammansättning, och
- iii) konsumenternas uppfattning om produktens huvudsakliga egenskaper motsvarar sammansättningen av den produkt som marknadsförs i flertalet av dessa medlemsstater.

Det arbete som för närvarande utförs av gemensamma forskningscentret kommer att ge fler indikatorer som kan förbättra de jämförande livsmedelstesterna.

För att göra en sådan fallspecifik bedömning kan det först vara nyttigt att undersöka följande:

- De huvudsakliga egenskaperna hos en produkt som genomsnittliga konsumenter sannolikt tar hänsyn till vid inköpsbeslut och som beaktas vid positiva eller negativa affärsbeslut som de fattar <sup>(1)</sup>.
- Huruvida informationen om de huvudsakliga egenskaperna hos en viss produkt har utelämnats eller är otydliga.
- Huruvida den saknade eller otydliga informationen om de huvudsakliga uppgifter sannolikt ändrar den genomsnittliga konsumentens affärsbeslut.

#### *Huvudsakliga egenskaper som konsumenter beaktar vid köp av märkesvaror*

Förekomsten av en eller flera märkesvaror i det allmänna utbudet av en viss kategori av bearbetade livsmedel (t.ex. kaffe, te, choklad, läskedrycker osv.) påverkar de flesta konsumenterna i deras val. Konsumenters affärsbeslut att köpa en märkesvara bygger till stor del på deras uppfattning om vad detta märke står för. När det gäller livsmedel är detta en subjektiv åsikt som uppstått genom konsumentens sensoriska upplevelser, kostpreferenser och genom faktorer som t.ex. exponering för märkesreklam och imagebyggande PR-arbete.

Genomsnittskonsumenterna kanske inte köper en märkesprodukt om de har skäl att anse att den inköpta produkten avviker från deras uppfattning om hurdan märkesprodukten bör vara.

<sup>(1)</sup> Med detta test avgörs vilken information som kan betraktas som väsentlig eller med andra ord är betydelsefull för konsumenterna.

Svårigheten att bedöma förekomsten av eventuellt vilseledande uppgifter i informationen om märkesprodukter ligger i det faktum att en viss produkts uppfattade "märkesspecifika" egenskaper inte formulerats i objektiva uttryckliga mätbara beskrivningar av märkestillverkarna. Dessa egenskaper antyds för konsumenterna genom otydlig kommunikation och/eller generiska påståenden om att varan överensstämmer med varumärket eller det som med tiden gjort denna framgångsrik. Texter som exempelvis "ursprunglig", "unik", "the founder's recipe", "oavsett vart ni åker kommer ni alltid att äta och dricka lika gott" förekommer ofta på livsmedelsförpackningar.

Studier om märkeslojalitet visar att märken enligt konsumenternas uppfattning fungerar som ett slags intyg på kontrollerad och konstant kvalitet. Detta förklarar varför vissa konsumenter förväntar sig att märkesprodukter ska hålla motsvarande kvalitet om inte exakt samma kvalitet<sup>(1)</sup> närhelst och varhelst de köps och att varumärkesinnehavare ska informera dem vid beslut om att ändra någon viktig del av sammansättningen i deras produkter.

Påpekas bör även att på den inre marknaden, som konsumenterna i allmänhet uppfattar som en sammanhållen inköpsmarknad med fritt rörliga varor och lika tillgång till varor, förväntar konsumenterna sig a priori att märkesprodukter som säljs i olika länder inte ska skilja sig åt.

För livsmedels- och dryckesproducenter betyder "konstant kvalitet" dock inte nödvändigtvis att produkterna är identiska på alla de olika geografiska marknaderna. Det är helt klart vanligt att livsmedelsföretagare skrädarsyr sina produkter för lokala konsumentpreferenser och andra förhållanden. I synnerhet görs sensoriska optimeringar för att passa kostvanor som kan variera mellan olika regioner. Det kan dessutom finnas objektiva skillnader anskaffningsmönstren, beroende på geografisk och/eller säsongsbunden tillgång till råvaror (eller särskilda lokala krav), vilket inverkar på produkters sammansättning och/eller smak och som producenterna därför har svårt att undvika. Nya recept kan också införas för att återspegla strategier som rör teknisk utveckling eller ändrat näringsinnehåll, som av tekniska eller ekonomiska skäl inte kan genomföras samtidigt på alla marknader. Livsmedelsföretagare kan slutligen också anpassa sammansättningen i sina produkter till den priselasticitet som gäller för den lokala efterfrågan.

#### *Eventuella otillbörliga metoder vid marknadsföring av differentierade livsmedelsprodukter på den inre marknaden*

Otillräcklig information om differentiering av produkter som marknadsförs i olika medlemsstater under samma märke kan påverka konsumenternas affärsbeslut.

Om tillsynsmyndigheterna efter en kontroll av efterlevnaden av EU:s livsmedelslagstiftning har specifik information som får dem att dra slutsatsen, efter analyser från fall till fall, att en viss livsmedelsföretagares differentieringsmetoder eventuellt är otillbörliga, kan de överväga marknadstester där produktjämförelser görs mellan olika regioner och länder. Sådana tester bör göras med en gemensam teststrategi som kommissionen för närvarande arbetar på. Resultatet av detta arbete kan ge ytterligare underlag och rekommendationer i fråga om den aktuella frågan.

Om det genom tester fastställs att livsmedelsprodukter har:

- en till synes identisk presentation,
- marknadsförs under samma märke,
- men har betydande skillnader i fråga om sammansättning och/eller sensorisk profil.

Tillsynsmyndigheterna måste från fall till fall överväga om ytterligare undersökning behövs för att bedöma om de aktuella produkterna har marknadsförts i enlighet med direktivet om otillbörliga affärsmetoder, däribland kravet på god yrkessed<sup>(2)</sup> enligt artikel 5.2. Vid en sådan fallspecifik bedömning bör produktdifferentieringens logiska grund beaktas,

<sup>(1)</sup> För vissa kategorier av produkter som t.ex. parfym, lyxvaror, bilar, söker människor exakt samma produkter och är oroliga för få förfälskningar. Det går att sluta sig till att ett liknande beteende kan föreligga för alla typer av konsumentvaror.

<sup>(2)</sup> God yrkessed: den nivå av fackmässighet och aktsamhet som en företagare skäligen kan förväntas visa gentemot konsumenterna motsvarande hederlig marknadspraxis och/eller den allmänna principen om god tro i företagarens bransch. Här ingår även iakttagande av kvalitets- och kontrollkriterier som redovisas av företaget, t.ex. kvalitetscertifiering och andra certifieringar. Detta innefattar principer som redan var väl etablerade i medlemsstaternas lagstiftning innan direktivet om otillbörliga affärsmetoder antogs, exempelvis principen om "hederlig marknadspraxis", "god tro" och "god marknadspraxis". Dessa principer betonar normativa värden som är tillämpliga på det specifika affärsverksamhetsområdet. Dessa normerande värden bör omfatta respekt för tillämplig sektorspecifik lagstiftning och vägledning för denna i enlighet med vad som beskrivs i del 1.

liksom nedanstående faktorer, med utgångspunkt i konkreta fakta och omständigheter i varje enskilt fall när det avgörs om de kan påverka konsumenternas beteende:

- Presentationen av en produkt eller reklam för den, som kan få konsumenterna att tro att produkten är densamma överallt på den inre marknaden, t.ex. genom att framhålla dess unika karaktär, dess ursprung, dess originalitet, dess traditionella unika tillverkningsätt eller recept, dess överensstämmelse med ett recept som skapades för många år sedan på en viss plats osv.
- Marknadsföringsstrategier för olika versioner av en produkt som är potentiellt förvirrande för konsumenterna. Ett exempel: En företagare – som marknadsför olika kvalitetsklasser på den inre marknaden – säljer i enlighet med sin distributionsstrategi endast lägre kvalitetsklasser i vissa regioner/länder utan tillräcklig information som gör det möjligt för konsumenterna att förstå vilken kvalitetsklass som finns tillgänglig på deras lokala marknad.
- Bristande eller otillräcklig information till konsumenterna (via någon form av offentligt meddelande) om att delar av produkternas sammansättning väsentligt ändrats (t.ex. ett nytt recept används) – samtidigt som förändringar av sammansättningen som sådan då medlemsstaterna inför bestämmelser om ändrat näringsinnehåll ska anses ligga i linje med kraven på god yrkessed.

Bedömningen av vad som utgör "betydande" skillnader kan visserligen ändras på grundval av fakta och omständigheter i varje enskilt fall, men betydande skillnader i en produkts huvudsakliga egenskaper kan i allmänhet konstateras när: i) en eller flera centrala ingredienser eller deras procentandel i en produkt skiljer sig avsevärt i förhållande till "referensprodukten", ii) denna variation har potential att ändra det ekonomiska beteendet bland genomsnittskonsumenterna som skulle fatta ett annat affärsbeslut om de fick kännedom om denna skillnad.

#### *Praktiska överväganden*

I dessa utredningar bör myndigheter med tillsynsansvar över otillbörliga affärsmetoder och livsmedelslagstiftningens tillsynsmyndigheter bedriva ett nära samarbete, så att resultaten av deras respektive utredningar gällande samma företagare och/eller affärsmetod blir konsekventa. I synnerhet gäller följande:

- En preliminär kontroll bör för varje livsmedelsprodukt göras med avseende på alla krav i förordningen om livsmedelsinformation.
- För livsmedel som omfattas av sammansättningsstandarder, bör efterlevnaden av de rättsliga kraven i tillämpliga förordningar även kontrolleras (<sup>1</sup>).
- Om någon del av den information som krävs enligt de ovannämnda förordningarna antingen saknas eller presenteras på ett vilseledande sätt, bör myndigheterna vidta nödvändiga verkställighetsåtgärder.
- Utredningar av andra potentiellt otillbörliga affärsmetoder kan ske enligt direktivet om otillbörliga affärsmetoder.

#### *Gränsöverskridande samarbete*

Eftersom frågan gäller metoder som företag använder sig av överallt på den inre marknaden och involverar en gränsöverskridande dimension, bör de behöriga myndigheterna, när så är lämpligt, eftersträva att göra ovannämnda utredning på ett samordnat sätt i enlighet med förordningen (EG) nr 2006/2004 om konsumentskyddssamarbete (<sup>2</sup>). Genom denna förordning införs tydliga skyldigheter i fråga om ömsesidigt bistånd mellan myndigheter enligt vilka myndigheterna i den medlemsstat där näringsidkaren är etablerad ska vidta nödvändiga åtgärder för att stoppa de överträdelse som påverkar konsumenter i andra jurisdiktioner inom EU. Enligt förordningen är myndigheter i hela EU också skyldiga att uppmärksamma varandra på eventuella överträdelse och att utbyta information om sådana överträdelse. I fall av vilseledande information om ett livsmedels egenskaper bör de nationella tillsynsmyndigheterna i det land där konsumenterna

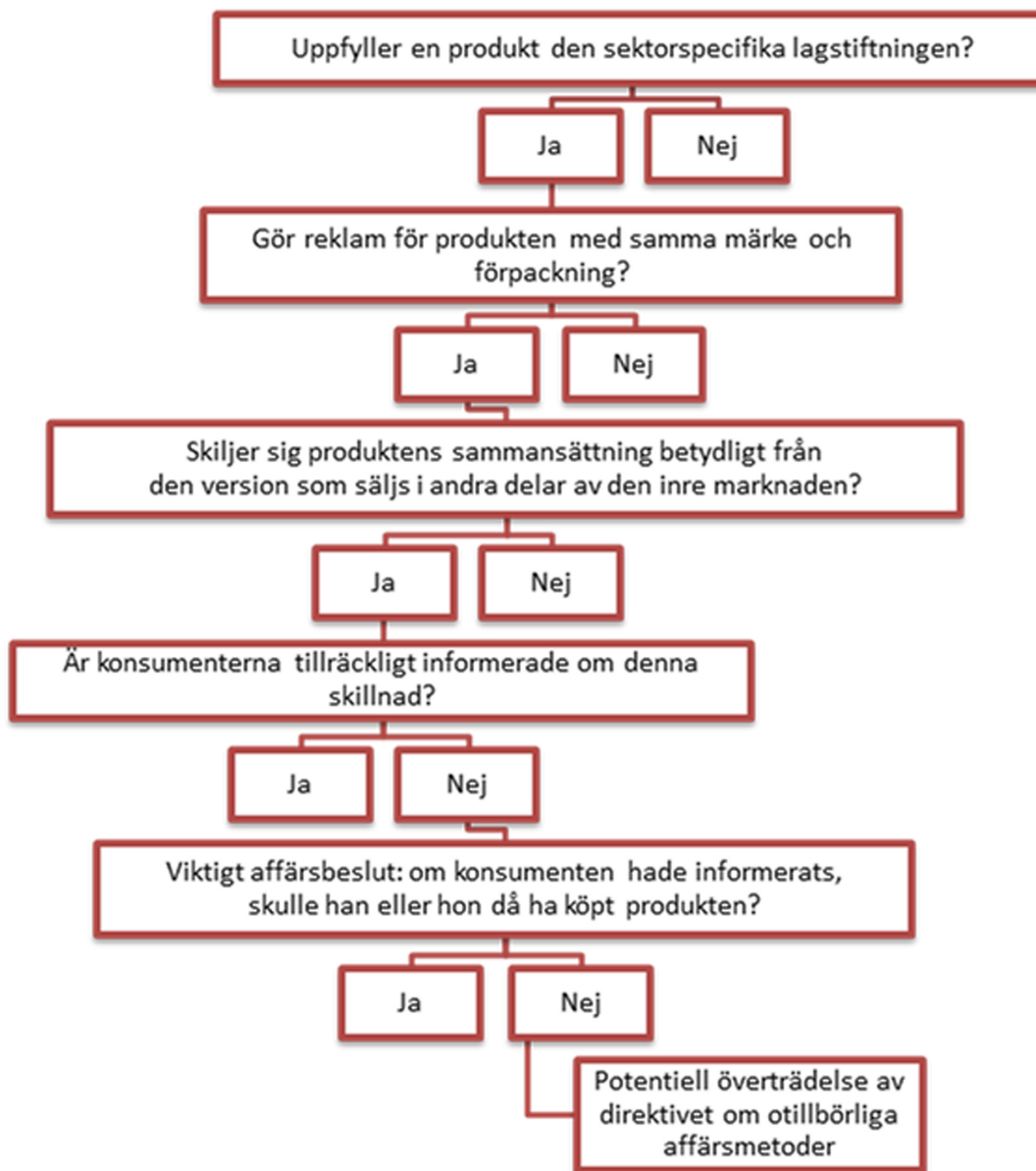
(<sup>1</sup>) Detta är fallet t.ex. med konserverad tonfisk, vars sammansättning är standardiserad genom rådets förordning (EEG) nr 1536/92 av den 9 juni 1992 om gemensamma marknadsnormer för konserverad tonfisk och bonit (EGT L 163, 17.6.1992, s. 1) och rådets förordning (EEG) nr 2136/89 av den 21 juni 1989 om gemensamma handelsnormer för konserverade sardiner och handelsbeteckningar för konserverade sardiner och konserverade produkter av sardintyp (EGT L 212, 22.7.1989, s. 79).

(<sup>2</sup>) Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 av den 27 oktober 2004 om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen ("förordningen om konsumentskyddssamarbete") (EGT L 364, 9.12.2004, s. 1).



kan skadas utnyttja alla verktygen i förordningen och begära stöd från sin motsvarighet i det land där näringsidkaren är etablerad. Den nya förordningen om konsumentskyddssamarbete, som kommer att börja tillämpas i EU i slutet av 2019, stärker samarbetet och övervakningsmekanismerna i dagens system och möjliggör utbyte av information och varningsmeddelanden om överträdelser i hela EU på ett snabbare och mer effektivt sätt. Kommissionen kan underlätta detta arbete och medel kan anslås via konsumentprogrammet.

Bedömning av potentiellt otillbörliga affärsmetoder när det gäller märkeslivsmedel – flödesschema:



## IV

(Upplysningar)

UPPLYSNINGAR FRÅN EUROPEISKA UNIONENS INSTITUTIONER, BYRÅER  
OCH ORGAN

## EUROPEISKA KOMMISSIONEN

Eurons växelkurs <sup>(1)</sup>

28 september 2017

(2017/C 327/02)

## 1 euro =

Valuta	Kurs	Valuta	Kurs		
USD	US-dollar	1,1778	CAD	kanadensisk dollar	1,4684
JPY	japansk yen	132,56	HKD	Hongkongdollar	9,1977
DKK	dansk krona	7,4402	NZD	nyzeeländsk dollar	1,6363
GBP	pund sterling	0,87635	SGD	singaporiensk dollar	1,6010
SEK	svensk krona	9,5800	KRW	sydkoreansk won	1 350,15
CHF	schweizisk franc	1,1460	ZAR	sydafrikansk rand	15,9189
ISK	isländsk krona		CNY	kinesisk yuan renminbi	7,8436
NOK	norsk krona	9,3575	HRK	kroatisk kuna	7,4975
BGN	bulgarisk lev	1,9558	IDR	indonesisk rupiah	15 892,06
CZK	tjeckisk koruna	26,041	MYR	malaysisk ringgit	4,9839
HUF	ungersk forint	311,06	PHP	filippinsk peso	59,998
PLN	polsk zloty	4,3122	RUB	rysk rubel	68,3855
RON	rumänsk leu	4,6003	THB	thailändsk baht	39,327
TRY	turkisk lira	4,1994	BRL	brasiliansk real	3,7484
AUD	australisk dollar	1,5054	MXN	mexikansk peso	21,3956
			INR	indisk rupie	77,1150

<sup>(1)</sup> Källa: Referensväxelkurs offentliggjord av Europeiska centralbanken.

**Ny nationell sida på euromynt som är avsedda att sättas i omlopp**

(2017/C 327/03)



*Nationell sida på det nya minnesmynt med valören 2 euro som är avsett att sättas i omlopp och som utges av Finland*

Euromynt avsedda att sättas i omlopp är lagliga betalningsmedel i hela euroområdet. För att informera alla som hanterar mynt, liksom den breda allmänheten, offentliggör kommissionen utformningen av alla nya euromynt <sup>(1)</sup>. I enlighet med rådets slutsatser av den 10 februari 2009 <sup>(2)</sup> får medlemsstaterna i euroområdet och de länder som har ingått ett monetärt avtal med Europeiska unionen om utgivning av euromynt ge ut minnesmynt i euro avsedda att sättas i omlopp, förutsatt att vissa villkor är uppfyllda, av vilka ett är att endast mynt med valören 2 euro präglas. Dessa mynt har samma tekniska egenskaper som andra euromynt med valören 2 euro, men deras nationella sida har ett minnes- eller jubileumsmotiv med högt nationellt eller europeiskt symbolvärde.

**Utgivande land:** Finland

**Tema:** Den finska naturen

**Beskrivning:** Mitt på åtsidan en fullmåne sedd från fyrön Gråhara utanför Helsingfors. Framför månen syns ett grenverk med en kråka sittande på en av grenarna. Längst ned på det inre fältet präglingsåret "2017". Till vänster om månen återfinns bokstäverna för det utgivande landet, "FI", och till höger myntortsmärket.

I myntets yttre fält återfinns EU-flaggans tolv stjärnor.

**Myntupplaga:** 500 000

**Utgivning:** Oktober 2017

<sup>(1)</sup> Se EGT C 373, 28.12.2001, s. 1, för upplysningar om nationella sidor på alla mynt som gavs ut 2002.

<sup>(2)</sup> Se slutsatserna från rådets möte (ekonomiska och finansiella frågor) den 10 februari 2009 och kommissionens rekommendation av den 19 december 2008 om gemensamma riktlinjer för utformningen av euromyntens nationella sidor och utgivningen av euromynt avsedda att sättas i omlopp (EUT L 9, 14.1.2009, s. 52).

**Ny nationell sida på euromynt som är avsedda att sättas i omlopp**

(2017/C 327/04)



Nationell sida på det nya minnesmynt med valören 2 euro som är avsett att sättas i omlopp och som utges av Cypern

Euromynt avsedda att sättas i omlopp är lagliga betalningsmedel i hela euroområdet. För att informera alla som hanterar mynt, liksom den breda allmänheten, offentliggör kommissionen utformningen av alla nya euromynt <sup>(1)</sup>. I enlighet med rådets slutsatser av den 10 februari 2009 <sup>(2)</sup> får medlemsstaterna i euroområdet och de länder som har ingått ett monetärt avtal med Europeiska unionen om utgivning av euromynt ge ut minnesmynt i euro avsedda att sättas i omlopp, förutsatt att vissa villkor är uppfyllda, särskilt att endast mynt med valören 2 euro ges ut. Dessa mynt har samma tekniska egenskaper som andra euromynt med valören 2 euro, men deras nationella sida har ett minnes- eller jubileumsmotiv med högt nationellt eller europeiskt symbolvärde.

**Utgivande land:** Cypern

**Tema:** Pafos – Europeisk kulturhuvudstad 2017

**Beskrivning:** Motivet visar Pafos antika Odeion, en mindre amfiteater från 100-talet e.Kr. Här ges numera teaterföreställningar under somrarna och den används för flera evenemang i programmet för "Pafos 2017 – Europeisk kulturhuvudstad". Nedtill utgivningslandets namn "ΚΥΠΡΟΣ ΚΙΒΡΙΣ" samt ovan omskriften "Πάφος 2017 – Πολιτιστική πρωτεύουσα Ευρώπης" (dvs. Pafos 2017 – Europeisk kulturhuvudstad).

I myntets yttre fält återfinns EU-flaggans tolv stjärnor.

**Myntupplaga:** 430 000

**Utgivning:** Fjärde kvartalet 2017

<sup>(1)</sup> Se EGT C 373, 28.12.2001, s. 1, för upplysningar om nationella sidor på alla mynt som gavs ut 2002.

<sup>(2)</sup> Se slutsatserna från rådets möte (ekonomiska och finansiella frågor) den 10 februari 2009 och kommissionens rekommendation av den 19 december 2008 om gemensamma riktlinjer för utformningen av euromyntens nationella sidor och utgivningen av euromynt avsedda att sättas i omlopp (EUT L 9, 14.1.2009, s. 52).

## V

(Yttranden)

## FÖRFARANDE FÖR GENOMFÖRANDE AV KONKURRENSPOLITIKEN

## EUROPEISKA KOMMISSIONEN

## Förhandsanmälan av en koncentration

(Ärende M.8623 – Borealis/OTPP/SSE/Maple)

## Ärendet kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande

(Text av betydelse för EES)

(2017/C 327/05)

1. Europeiska kommissionen mottog den 18 september 2017 en anmälan om en föreslagen koncentration enligt artikel 4 i rådets förordning (EG) nr 139/2004<sup>(1)</sup>.

Denna anmälan berör följande företag:

- Borealis Smart Holdings B.V. (Nederländerna), som tillhör Borealis European Holdings B.V. och kontrolleras av Omers Administration Corporation (Kanada).
- Ontario Limited (Kanada), som tillhör Ontario Teachers' Pension Plan Board (Kanada).
- SSE Maple Limited (Förenade kungariket), som tillhör SSE plc (Förenade kungariket).
- Maple Topco Limited (Förenade kungariket).

SSE plc (SSE), Ontario Teachers' Pension Plan Board (OTPP) och Borealis European Holdings B.V. (Borealis) förvärvar på det sätt som avses i artikel 3.1 b och 3.4 i koncentrationsförordningen gemensam kontroll av Maple Topco Limited (Maple).

Koncentrationen genomförs genom ledningskontrakt eller på något annat sätt.

2. De berörda företagen bedriver följande affärsverksamhet:

- Borealis leder Omers Administration Corporation (Omers). Omers förvaltar pensionssystemet för kommunalanställda i Ontario (Ontario Municipal Employees Retirement System Primary Pension Plan).
- SSE är ett energibolag med verksamheter i Förenade kungariket och Irland.
- OTPP är förvaltare av Kanadas största pensionssystem för en yrkeskategori.
- Maples verksamhet består av mätarinstallationer för energileverantörer i Förenade kungariket.

3. Kommissionen har vid en preliminär granskning kommit fram till att den anmälda transaktionen kan omfattas av koncentrationsförordningen, dock med det förbehållet att ett slutligt beslut i denna fråga fattas senare.

Det bör noteras att detta ärende kan komma att handläggas enligt ett förenklat förfarande, i enlighet med kommissionens tillkännagivande om ett förenklat förfarande för handläggning av vissa koncentrationer enligt rådets förordning (EG) nr 139/2004<sup>(2)</sup>.

4. Kommissionen uppmanar berörda tredje parter att till den lämna eventuella synpunkter på den föreslagna koncentrationen.

<sup>(1)</sup> EUT L 24, 29.1.2004, s. 1 (koncentrationsförordningen).

<sup>(2)</sup> EUT C 366, 14.12.2013, s. 5.

Synpunkterna ska ha kommit in till kommissionen senast tio dagar efter detta offentliggörande. Följande referens bör alltid anges:

M.8623 – Borealis/OTPP/SSE/Maple

Synpunkterna kan sändas till kommissionen per e-post, per fax eller per post. Använd följande kontaktuppgifter:

e-post: COMP-MERGER-REGISTRY@ec.europa.eu

Fax +32 22964301

Adress:

Europeiska kommissionen  
Generaldirektoratet för konkurrens  
Registreringsenheten för företagskoncentrationer  
1049 Bryssel  
BELGIEN

---



ISSN 1977-1061 (elektronisk utgåva)  
ISSN 1725-2504 (pappersutgåva)



**Europeiska unionens publikationsbyrå**  
2985 Luxemburg  
LUXEMBURG

**SV**