



Vår dato: 27.11.2020

Deres dato:

Vår ref.: KH/OG

Deres ref.:

Innspill til Meld. St. 27 (2019-2020) – «Daglegvare og konkurranse – kampen om kundane»

Vi vil gjerne gi noen innspill til videre arbeid med Meld. St. 27 «Daglegvare og konkurranse – kampen om kundane» som skal behandles i Stortinget 15 desember. Norsk Bonde- og Småbrukarlag (NBS) er glad for at regjeringen har satt søkelys på konkurranseforholdene i dagligvaremarkedet og mener at meldingen på mange områder gir en god beskrivelse av dagens situasjon.

Vi skulle likevel gjerne sett at analysen favnet noe bredere for å også omfatte de vidtrekkende konsekvensene dagens situasjon har for både forbrukere, samfunnet som helhet og for de som faktisk produserer den maten som omsettes i denne handelen. Vi tror videre at de skisserte forslagene til forbedring ikke vil være tilstrekkelige til å gi signifikant forbedring i forhold til dagens situasjon og utvikling, som synes å gå med uforminsket styrke i retning av enda mer makt og kontroll over matomsetningen til de 3 kjedene som har 97% av markedet.

Alle velferdsstater er avhengige av gode infrastrukturer for å fungere på en god måte. I Norge har vi dette på de fleste områder – både når det gjelder de rent fysiske infrastrukturer – som vei, jernbane, sjø- og flytrafikk, vannforsyning og strømforsyning, men også når det gjelder organisatoriske infrastrukturer som skole- og utdanning, helse og omsorg, bank og finans og en lang rekke andre viktige samfunnsfunksjoner. Dette er åpne og transparente infrastrukturer som er tilgjengelige for oss alle og som er viktige for at befolkningen skal kunne skape verdier og for at velferdssamfunnet skal fungere på en god måte.

Det er derfor et paradoks at omsetningen av mat – som tross alt er det viktigste vi mennesker trenger – ikke har en slik åpen, transparent og tilgjengelig struktur. Som Meld. St. 27 riktig påpeker foregår omsetningen av mat og øvrige dagligvarer i 3 separate og nærmest hermetisk lukkede infrastrukturer, der alle spillereglene fastsettes av de som leder disse tre virksomhetene. Det er ingen konkurranse mellom de ulike leddene i disse integrerte verdikjedene, – grossist-, distribusjon- og detaljistfunksjonen styres sentralt og gjør det nærmest umulig for andre aktører å etablere seg. Det er heller ikke særlig sannsynlig at de effektiviseringsgevinstene som oppnås gjennom denne formen for organisering, er noe som kommer forbrukerne til gode i form av et godt utvalg til fornuftige priser. Det er nemlig ikke slik at prisene i disse markedene dannes av kostnader – de dannes av vår kjøpekraft. Noe vi tydelig ser når matpriser i Norge sammenlignes med andre land – høy kjøpekraft gir høye priser. Som eksempel på dette kan det trekkes fram at et land som Tyskland har nesten dobbelt så høye matvarepriser som i nabolandet Polen – til tross for korte avstander, felles jordbrukspolitikk og fravær av handelsrestriksjoner mellom disse to landene. Det er godt dokumentert at dette gjelder i hele Europa – kjøpekraften er det som bestemmer prisene i butikk.

Dagligvarekjedene presser altså ikke sine innkjøpsbetingelser for å gi disse videre til forbrukerne. De gjør det for å øke sine egne marginer. Det er ganske innlysende. Konkurransen som er mellom disse tre lukkede strukturene, begrenser seg i dag hovedsakelig til lokasjoner og antall utsalgssteder. Dette gir markedsandeler og enda større makt i forhandlingene med leverandørene. Noe som har blitt godt

dokumentert i de to undersøkelsene konkurransetilsynet har foretatt på området. Dette gjør at vi i dag i praksis har en svært dominerende aktør i NorgesGruppen (NG) som – hvis man slår sammen omsetningen i dagligvarehandelen og storhusholdningsmarkedet, har godt over 50% av den totale matomsetningen i Norge. Når alle aktører er klar over at NG gjennom sine markedsandeler har betydelig bedre innkjøpsbetingelser enn sine to eneste konkurrenter får vi en situasjon der en aktør fastlegger prisene til forbruker og de to andre følger etter. Det er altså heller ingen reell priskonkurranse i dagligvaremarkedet. Det synes vi i NBS er svært uheldig. Det gir lite utvalg til priser som er bestemt av vår kjøpekraft.

I Norge er det bred politisk enighet om at vi ønsker å føre en selvstendig jordbrukspolitik som skal sikre landets befolkning tilgang på de matvarene vi har naturgitte forutsetninger for å produsere selv. Derfor beskytter vi vår egen matproduksjon mot direkte konkurranse fra matproduksjon i andre land som har bedre forutsetninger for å drive et mer kostnadseffektivt jordbruk enn vi selv har. Tollbeskyttelsen på basis jordbruksvarer (korn, melk, kjøtt og egg) har en viss beskyttelse men etter intensjonene i WTO-avtalen av 1995, om harmonisering av priser gir de ikke lenger god nok tollbeskyttelse da det hindrer oss i å øke prisen på våre råvarer uten at importen øker. I tillegg er det innrømmet importkvoter på enkelte produkter – blant annet gjennom artikkel 19 til EØS-avtalen.

Når det gjelder import av bearbeidede jordbruksvarer derimot er tollbeskyttelsen svak. Dette kan i hovedsak knyttes til Protokoll 3 i EØS-avtalen der denne handelen er regulert. Bakgrunnen for avtalen var at både EU og Norge hadde et ønske om å beskytte egen jordbruksproduksjon og at tollene derfor bare skulle utjevne forskjeller i råvarepriser. Intensjonen var at tollsatsene skulle justeres jevnlig i henhold til endringer i disse råvareprisene. Da WTO-avtalen ble inngått i 1995 ble denne tiltenkte mekanismen erstattet med et system med faste tollsatter – basert på råvareprisforskjeller mellom Norge og EU i 1995, for 25 år siden. Norge står i henhold til WTO-avtalen fritt til å bruke en toll i kr/kg eller en toll basert på prosent av varens verdi. Den såkalte kronetollen gir i dag liten eller ingen reell preferanse for norske produkter, mens en prosenttoll ville kunne gi en noe bedre beskyttelse for norsk jordbruk og matindustri, som uansett er begrenset til å produsere for sitt eget hjemmemarked. Norge har helt siden 1995 for de fleste varer valgt å bruke den tollene som gir lavest beskyttelse – nemlig en fast kronetoll basert på 25 år gamle priser. Vi i NBS synes dette er uheldig fordi det gjør det nesten umulig å skape en lønnsom produksjon av basis jordbruksvarer i Norge.

Det er disse tilsiktede og utilsiktede «hullene» i importvernet dagligvarekjedene primært benytter seg av i sin produksjon av egne merkevarer (EMV). De setter selv prisene ut mot norske forbrukere og søker gjennom EMV å senke egne innkjøpspriser for å oppnå bedre marginer. Vi er sterkt uenig i påstandene som er fremmet i denne meldingen om at kjedenes egne merkevarer (EMV) bidrar til innovasjon og lavere priser til forbrukere. Kjedenes EMV er gjerne produkter som er laget på basis av eksisterende produkter fra norsk matindustri og motivet er åpenbart å få produsert og solgt noe som likner på disse etablerte merkevarene, men med en høyere fortjeneste til kjedene. Kjedenes EMV brukes også til å få de norske leverandørene til å akseptere dårligere betingelser, eller til å presse de til å produsere EMV for kjedene. Et godt eksempel på dette er utvalget av kjøtt i de 3 kjedene. Andelen EMV er nå over 80% på de produktene som oftest er å finne på et norsk middagsbord – nemlig kjøttdeig. Også innen ferskt rent kjøtt er andelen EMV nå over 60%. Vi ser en liknende utvikling innen andre kategorier som er viktige for opprettholdelsen av norsk matproduksjon. Dette synes vi i NBS er svært bekymringsfullt og ser heller ingen dokumentasjon på at dette gir noen gevinst for forbrukerne. Kjedene kan selv velge å prise enkelte produkter ut av hyllene og/eller benytte seg av kryss-subsidiering av egne merker. Dette er en uheldig utvikling som ingen andre enn kjedene selv har fordel av, slik vi ser det. Dersom vi ønsker en lønnsom norsk produksjon av basis jordbruksprodukter og en lønnsom norsk matindustri som bearbeider disse råvarene må det gjøres kraftfulle grep for å endre på maktbalansen i dette markedet.

Videre mener vi at lovgivningen rundt emballering og merking av produkter må skjerpes inn betydelig, slik at norske forbrukere gis et reelt valg når de bestemmer seg for hvilke matvarer de handler. I dag er krevet det

ofte en betydelig egeninnsats fra forbrukerne for å finne ut hvor produktene har sitt opphav og det er nærliggende å anta at dette er hovedgrunnen til at kjedenes EMV ofte er til forveksling lik produkter som allerede er vel etablert i markedet. Det må i fremtiden være lett for forbrukerne å vite hva de kjøper. Det er ikke alltid tilfelle i dag.

Oppsummert ønsker NBS:

- Grossist- distribusjons og detaljistfunksjonen i dagligvarehandelen må splittes opp slik at det blir konkurranse innenfor hver av disse funksjonene
- Matprodukter må merkes på en måte som gjør det helt tydelig hvor matvarene kommer fra.
- Handlingsrommet i tollvernet må utnyttes til å gi reell preferanse for norsk mat.

Med hilsen

Kjersti Hoff (sign)

Leder

Olaf Godli (sign)

Generalsekretær