



STORTINGET

Innst. 318 S

(2024–2025)

Innstilling til Stortinget
fra næringskomiteen

Dokument 8:191 S (2024–2025)

Innstilling fra næringskomiteen om Representantforslag fra stortingsrepresentantene Geir Jørgensen, Marie Sneve Martinussen, Tobias Drevland Lund og Mimir Kristjánsson om å åpne grossistledet, og sikre en mer rettferdig dagligvarehandel

Til Stortinget

Bakgrunn

I dokumentet fremmes følgende forslag:

- Stortinget ber regjeringen fremme forslag til en utvidelse av konkurranselovgivningen som skal sikre at kjeder med sterk markedsstilling i grossist- og distribusjonsvirksomhet plikter å gi alle aktører i dagligvaremarkedet tilgang til sine grossist- og distribusjonstjenester på ikke-diskriminerende vilkår.
- Stortinget ber regjeringen utarbeide forskrift til konkurranselovgivningen om kostnadsbasert prissetting for grossist- og distribusjonstjenester, med standardiserte avtalevilkår for tilgang og transparente prismodeller, som sikrer likebehandling mellom kjedeledets egne butikker og eksterne aktører.
- Stortinget ber regjeringen fastsette tekniske krav i forskrift til konkurranselovgivningen for å sikre interoperabilitet mellom ulike aktørers systemer i grossist- og distribusjonsvirksomhet.
- Stortinget ber regjeringen gi Konkurransetilsynet og Dagligvaretilsynet utvidet mandat og tilstrekkelige ressurser til å overvåke, kontrollere og håndheve etterlevelsen av tilgangsforspliktelser i grossistledet.

- Stortinget ber regjeringen fremme forslag til utvidelse av konkurranselovgivningen for å etablere et rammeverk for utpeking av kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet. En kjede skal anses å ha sterk markedsstilling når kjeden alene eller sammen med andre har økonomisk styrke i et relevant marked som gjør at kjeden i stor grad kan oppføre uavhengig av konkurrenter, leverandører, kunder og forbrukere.
- Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre krav i konkurranselovgivningen om regnskapsmessig og funksjonelt skille mellom grossist-/distribusjonsvirksomhet og øvrig virksomhet for kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet.
- Stortinget ber regjeringen utrede konkrete modeller for oppsplitting av kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet, herunder vertikal oppsplitting, horisontal oppsplitting etter butikkonsepter, eller kombinasjoner av disse, og komme tilbake til Stortinget med en vurdering av hvilken modell som vil være mest hensiktsmessig for å motvirke uønsket maktkonsentrasjon i dagligvarehandelen.
- Stortinget ber regjeringen vurdere eiermessig skille mellom grossist- og detaljistvirksomhet i dagligvaresektoren.
- Stortinget ber regjeringen utrede og fremme forslag til endring av konkurranselovgivningen som gir Konkurransetilsynet hjemmel til å pålegge en tilbyder med sterk markedsstilling i nasjonal dagligvarehandel å redusere sin markedsandel gjennom avhending av deler av virksomheten når det er nødvendig for å fremme bærekraftig konkurranse. Eksisterende aktører som blir utpekt med sterk

- markedsstilling, gis en rimelig tidsfrist til å tilpasse seg kravet.
10. Stortinget ber regjeringen fremme forslag til regulering av dagligvarekjedenes eierskap i matforedlingsindustrien, særlig innen kritiske kategorier for norsk matberedskap, når slikt eierskap svekker konkurransen eller fører til uforholdsmessig maktkonsentrasjon i verdikjeden.
 11. Stortinget ber regjeringen fremme forslag til utvidelse av konkurranselovgivningen med bestemmelser som gir Konkurransetilsynet hjemmel til å fastsette særskilte begrensninger for andelen kjedekontrollerte merkevarer (herunder EMV) i kritiske produktkategorier for norsk matberedskap og selvforsyning, som kjøtt, meieri, egg, kornprodukter og grønnsaker, da en høy andel kjedekontrollerte merkevarer i disse kategoriene svekker matberedskapen og reduserer primærprodusentenes forhandlingsposisjon.
 12. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre bestemmelser i konkurranselovgivningen som gir Konkurransetilsynet hjemmel til å regulere andelen kjedekontrollerte merkevarer i øvrige produktkategorier når dette er nødvendig for å sikre leverandørmangfold og effektiv konkurranse i dagligvaremarkedet.
 13. Stortinget ber regjeringen innføre krav om fysisk separasjon eller tydelig visuell differensiering mellom kjedekontrollerte merkevarer og uavhengige merkevarer i butikkhyllene, for å sikre at forbrukerne kan ta informerte valg.
 14. Stortinget ber regjeringen innføre krav om informasjonsskiller mellom kjedenes innkjøpsfunksjoner og deres EMV-virksomhet, med plikt til å dokumentere atskilte beslutningsprosesser, for å forhindre at informasjon fra uavhengige leverandører misbrukes i utvikling av konkurrerende kjedekontrollerte produkter.
 15. Stortinget ber regjeringen gjennomføre en utredning av prisutviklingen på kjedekontrollerte merkevarer sammenlignet med prisutviklingen på sammenlignbare uavhengige merkevarer.
 16. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre bestemmelser i konkurranselovgivningen som forbyr krysssubsidiering mellom kjedekontrollerte og uavhengige merkevarer og varegrupper.
 17. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å styrke vernet mot etterligninger i konkurranselovgivningen, og gi Dagligvaretilsynet mandat og ressurser til oppretting av saker på eget initiativ.
 18. Stortinget ber regjeringen utarbeide forskrift til konkurranselovgivningen som forbyr at dagligvareaktører forskjellsbehandler egne merkevarer og uavhengige merkevarer med hensyn til hylleplassering, priskalkyler og markedsføring.
 19. Stortinget ber regjeringen i fremme forslag om å innføre krav i konkurranselovgivningen til dagligvarekjedene om å begrunne store forskjeller i prispåslag mellom egne merkevarer og sammenlignbare uavhengige merkevarer.
 20. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om forbud mot skjulte prisøkninger gjennom krympflasjon og merking av varer ved reduksjon av produktmengde uten tilsvarende prisreduksjon, etter modell fra Frankrike.
 21. Stortinget ber regjeringen innføre krav om at rabatter oppnådd gjennom varestrømmen, eksempelvis varelinjerabatter, volumrabatter og felles markedsføring (joint marketing) skal komme forbrukeren til gode.
 22. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om en offentlig merkeordning for ultraprosesserte matvarer og ta initiativ til nasjonale kostholdsråd om ultraprosessert mat.
 23. Stortinget ber regjeringen fremme forslag for å sikre at produkter som er kjedekontrollerte merkevarer merkes, slik at de tydelig identifiseres som kjedenes egne merkevarer.
 24. Stortinget ber regjeringen etablere og styrke offentlige støtteprogram for utvikling av alternative omsetningskanaler for mat, herunder matmarkeder, bondens marked og direktesalgsplasser, samt forenkle regelverket for småskalaprodusenter.
 25. Stortinget ber regjeringen sette ned et utvalg for å utrede innretning og virkning av et offentlig grossist-, distribusjon-, og detaljistledd for distribusjon og salg av matvarer og landbruksprodukter, i samarbeid med landbrukssamvirkene og landbrukets organisasjoner.
 26. Stortinget ber regjeringen innføre forskrift til krav om åpenhet om marginfordeling i verdikjeden for utvalgte basismatvarer for å synliggjøre hvordan verdiskapingen fordeles mellom primærprodusent, industri og dagligvareledd.
 27. Stortinget ber regjeringen styrke merkeforskriften under matloven med krav om tydelig opprinnelsesmerking, også for kjedenes egne merkevarer, for å sikre at forbrukerne kan ta velinformerte valg.
 28. Stortinget ber regjeringen fremme forslag som etablerer hjemmel for et digitalt salgsdataregister som gir leverandører tilgang til salgsinformasjon om egne produkter på tvers av alle kjeder, samtidig som det sikrer at forskere får tilgang til anonymiserte prisdatasett for analyseformål og at forbrukere får bedre innsikt i prisutviklingen på tvers av kjeder.
 29. Stortinget ber regjeringen fremme forslag til endringer i konkurranselovgivningen om et forbud mot urimelige kontraktsvilkår i leverandørforhold, herunder et totalforbud mot hylleplassbetaling for basismatvarer og forbud mot hylleplassavgifter for

øvrige varer som ikke er direkte knyttet til dokumenterbare kostnader.

30. Stortinget ber regjeringen innføre krav om at dagligvarekjeder med sterk markedsstilling må rapportere om standardbetingelser for innkjøp til tilsynsmyndighetene, herunder rabattstrukturer, betalingsbetingelser og leveringsvilkår, for å motvirke urimelig prisdiskriminering mellom aktører.
31. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre regulering av joint marketing-avtaler i konkurranselovgivningen for å sikre at leverandører får reell motytelse for sine bidrag, forslag om forbud mot ensidige endringer i leverandøravtaler samt forslag om forbud mot hemmelige eksklusivitetsavtaler som hindrer effektiv konkurranse.
32. Stortinget ber regjeringen etablere transparens og begrensninger for joint marketing-avtaler, herunder krav om registrering i offentlig register, rapportering av omfang og bruk av markedsføringsmidler, maksimalgrenser for bidrag som andel av omsetningsverdi, og krav om at hovedandelen må gå til dokumenterbare markedsføringstiltak.
33. Stortinget ber regjeringen etablere en ordning for anonyme varsler med reell varslerbeskyttelse for leverandører og kjøpmenn som frykter represalier ved å melde fra om brudd på regelverket i dagligvarebransjen.
34. Stortinget ber regjeringen fremme forslag som skal sikre rettighetene til franchisetakere, kjøpmenn og andre selvstendig ansvarlige butikkinnehavere i kontraktsforhold med kjedene, og etablere rammer for balanserte driftsavtaler og standardiserte kontraktsvilkår i dagligvarebransjen. Konkurransetilsynet skal gis hjemmel til å fastsette slike standarder og føre tilsyn med etterlevelsen.
35. Stortinget ber regjeringen fremme forslag som sikrer kontraktsforhold mellom kjedene og franchisetakere, kjøpmenn og andre selvstendig ansvarlige butikkinnehavere med transparente og balanserte vilkår. Dette skal omfatte at rabatter og bonuser tilfaller butikkleddet, mulighet for å ta inn lokale produkter, rimelige konkurranseklausuler, opplysningsplikt ved avtaleinngåelse, rettfærdige vilkår for fornyelse og opphør, samt etablering av tvisteløsningsmekanismer.
36. Stortinget ber regjeringen utrede delt arbeidsgiveransvar mellom kjeder og kontraktstilknyttede butikkinnehavere, samt sikre arbeidstakeres organisasjons- og forhandlingsrett i slike virksomheter. Det skal også vurderes rett til arbeidstakerrepresentasjon i kjedenes besluttsende organer der driften i vesentlig grad skjer gjennom franchisetakere, kjøpmenn eller tilsvarende modeller.
37. Stortinget ber regjeringen gi Konkurransetilsynet myndighet til å utstede midlertidige pålegg om opphør av potensielt skadelig praksis mens en sak er under utredning, for å hindre irreversible konkurranseskader i verdikjeden.
38. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å gi Konkurransetilsynet utvidede sanksjonshjemler i konkurranselovgivningen og etablere et eget analysemiljø for kontinuerlig overvåking av prisutvikling og konkurranseforhold.
39. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om forbud mot samarbeidsavtaler mellom dagligvarekjeder som begrenser konkurransen, herunder avtaler om ikke å etablere seg i samme geografiske områder, og krav om at alle eksisterende og fremtidige samarbeidsavtaler mellom kjeder må meldes til og godkjennes av Konkurransetilsynet.
40. Stortinget ber regjeringen sikre at Dagligvaretilsynet gis hjemmel til å behandle saker i alle ledd av dagligvaresystemet.»

Det vises til dokumentet for nærmere redegjørelse for forslagene.

Komiteens behandling

Som et ledd i komiteens behandling av Dokument 8:191 S (2024-2025) sendte komiteen brev til Nærings- og fiskeridepartementet v/statsråden den 13. april. Statsrådets svar av 30. april 2025 følger vedlagt innstillingen.

Komiteens merknader

Komiteen, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Tobias Hangaard Linge, Runar Sjøstad, Rune Støstad og Solveig Vitanza, fra Høyre, Nikolai Astrup, Olve Grotle, Sveinung Stensland og Lene Westgaard-Halle, fra Senterpartiet, Nils T. Bjørke, Jenny Klinge og lederen Erling Sande, fra Fremskrittspartiet, Sivert Bjørnstad og Bengt Rune Strifeldt, fra Sosialistisk Venstreparti, Kari Elisabeth Kaski, fra Rødt, Geir Jørgensen, fra Venstre, Alfred Jens Bjørlo, og fra Miljøpartiet De Grønne, Rasmus Hansson, viser til Dokument 8:191 S (2024-2025) om å åpne grossistledet og sikre en mer rettfærdig dagligvarehandel. Komiteen viser til næringsministerens brev av 30. april 2025 med statsrådets vurdering av forslaget, som følger vedlagt denne innstillingen. Komiteen viser til at et velfungerende dagligvaremarked er et viktig samfunnshensyn, og at matpriser og konkurranse og markedsrett i dagligvare

remarkedet er et mye diskutert tema blant folk og spørsmål som har vært løftet politisk på Stortinget jevnlig de siste 10 årene. Komiteen viser til at det har vært behandlet og vedtatt flere saker om temaet de siste årene, og viser blant annet til Meld. St. 27 (2019–2020) Daglegvare og konkurranse – kampen om kundane, jf. Innst. 185 S (2020–2021).

Komiteens flertall, medlemmene fra Høyre, Senterpartiet, Fremskrittspartiet og Venstre, vil understreke betydningen av et vel-fungerende dagligvaremarked for både forbrukere, leverandører og næringslivet som helhet. Et sunt konkurranseklima bidrar til lavere priser, bedre utvalg og innovasjon. Samtidig mener dette flertallet at strukturelle inngrep i markedsmekanismene må være kunnskapsbaserte, målrettede og proporsjonale.

Komiteens medlemmer fra Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre er kritiske til forslag som kan svekke investeringsevne, føre til større byråkrati eller redusere effektiviteten i verdikjeden. Utfordringene knyttet til konkurransesituasjonen i verdikjeden for dagligvarer er imidlertid store og komplekse, noe dette representantforslaget ikke reflekterer. Disse medlemmer vil understreke viktigheten av at tiltak bidrar til å dempe prisveksten og sikre bedre konkurranse i flere ledd av verdikjeden, slik at forbrukeren møter et bredere utvalg og lavere priser. Det er derfor både behov for å dempe prisveksten på kort sikt og styrke konkurransen på lang sikt gjennom å gjennomgå verdikjeden for dagligvarer samlet, også på produsent- og leverandørleddet.

Disse medlemmer fremmer på denne bakgrunn følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen sikre mest mulig åpenhet i hele verdikjeden for dagligvarer, og gjennomføre en kartlegging av leverandørleddet, herunder fordeling av markedsandeler og med en oversikt over marginer.»

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Venstre er bekymret for konkurransesituasjonen i dagligvarebransjen. Svak konkurranse kan svekke innovasjon, vareutvalg og lede til høyere priser enn det vi ville sett i et marked med optimal konkurranse. Disse medlemmer viser også til at NorgesGruppen, Coop og Rema 1000 kontrollerer nærmest hele detaljistleddet, og en betydelig andel av både grossistledd og distribusjon av dagligvarer. Dagligvarekjedene har i stor grad sentralisert sine innkjøpsordninger og besitter stor makt over vareutvalg.

Disse medlemmer mener at konsentrasjonen av dagligvarekjeder kan føre til svekkelse i konkurransen blant leverandører, der store veletablerte aktører i større grad kan imøtekomme kjedenes krav enn mindre

aktører. På sikt kan dette føre til en ytterligere svekkelse av konkurransen blant leverandører som allerede i dag er preget av få aktører med store markedsandeler.

Disse medlemmer viser til at prisen på dagligvarer de siste årene har økt betydelig mer en prisveksten i samfunnet for øvrig. Disse medlemmer er bekymret for at en svak konkurransesituasjon svekker forbrukeres posisjon og makt i dagligvaremarkedet.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet og Senterpartiet viser til at regjeringen i hele perioden har arbeidet for å styrke konkurransen i dagligvarebransjen, blant annet gjennom regjeringens 10-punktsplan som ble lagt frem i februar 2023. Planen omhandlet blant annet kartlegging av marginer og lønnsomhet til aktører i dagligvarebransjen, nye virkemidler til Konkurransetilsynet, tiltak knyttet til vertikal integrasjon, egne merkevarer (EMV) og prissettingen i markedene, og styrking av Dagligvaretilsynet. De fleste av disse tiltakene er gjennomført.

Regjeringen jobber med ytterligere tiltak, og planlegger å legge fram en oppdatert tiltaksplan i løpet av våren.

Disse medlemmer mener at en del av forslagene som fremmes i dette dokumentet er ivaretatt gjennom enten regjeringens gjennomførte politikk på området, pågående arbeid i departementet eller gjennom eksisterende lovverk.

Komiteens medlemmer fra Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre viser til at mange lavinntektsgrupper nå opplever en strammere økonomi som følge av økte levekostnader, deriblant gjennom økte matvarepriser. Norske matvarepriser er høye sammenlignet med andre land, og produktutvalget er i tillegg langt mindre. De siste års økte priser er ikke et unikt norsk problem, men det kommer på toppen av allerede høye priser og et begrenset vareutvalg hvor flere varer er beskyttet av importvernet. Disse medlemmer mener det trengs tiltak for å redusere prisveksten, styrke konkurransen i verdikjeden for dagligvarer og sikre et bedre utvalg til forbrukerne. Disse medlemmer viser videre til flere saker behandlet i Stortinget i denne stortingsperioden, der det er fattet flere vedtak for å bedre konkurransen og hindre prisvekst i dagligvarebransjen.

Disse medlemmer mener også at norsk landbrukspolitikk i større grad bør tilpasse seg forbrukervarer og internasjonale markedsforhold for å sikre bærekraftig og økt matproduksjon og bevare landbrukets mangfold. Disse medlemmer mener det er nødvendig å justere dagens markedsreguleringer og importvernet for å forbedre effektiviteten, konkurransen, utvalget og prisene ut til forbrukerne.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet viser i denne sammenhengen til Fremskrittspartiets alternative statsbudsjett for 2025 der det ble foreslått å halvere merverdiavgiften på matvarer.

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Venstre konstaterer at både Stortinget, vekslende regjeringer og Konkurransetilsynet har sagt at det er for mye makt på få hender i dagligvaremarkedet. Kjedenes kontroll gjør verdikjeden for mat lite transparent og reduserer konkurransen i hvert ledd.

Disse medlemmer mener dette bidrar til høye etableringshindre, en mindre effektiv verdikjede og resulterer i ulike konkurransevilkår mellom kjedene og leverandørene. Resultatet av denne situasjonen er at forbrukerne får et dårligere utvalg og kunstig høye priser.

En sunn konkurranse kjennetegnes av et marked hvor tilbud møter etterspørsel. I dagligvaremarkedet har de tre dominerende kjedene nær full kontroll på hvilke varer forbrukerne får tilgang til – og til hvilken pris. Disse medlemmer viser til at de tre dominerende matvarekjedene har tatt stadig større kontroll over flere ledd i verdikjeden over flere år og mener at dette er et hinder for å oppnå målet om å sikre et rikere vareutvalg og lavere priser.

Disse medlemmer mener det er nødvendig å gjennomføre målretta og konkrete grep for å sørge for mer reell konkurranse i dagligvarehandelen.

Disse medlemmer viser videre til at den stadig økende bruken av egne merkevarer (EMV) går på bekostning av andre leverandører, og mener at dette forsterker de tre kjedenes makt over utviklinga både i vareutvalg og prisnivå. Mer reell konkurranse trengs både for å dempe prisveksten og for å øke vareutvalget. Dessuten trengs det politiske grep for å gi flere lokale og regionale leverandører mulighet til å få plass i butikkhyllene. Disse medlemmer viser til at flere mindre og mellomstore leverandører sliter med å få innpass, blant annet fordi kjedene krever at de må kunne levere til alle deres butikker for å få hylleplass.

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Rødt viser til at forbrukere blir dagligvareprisene stadig dyrere. Dette skyldes blant annet tapt kjøpekraft og prisvekst på råvarer, men dette forklarer ikke hele bildet ettersom flere råvarepriser har stabilisert seg og i noen tilfeller gått ned. Priser dannes basert på betalingsvilje, og betalingsviljen for mat er naturligvis høy ettersom vi må ha mat for å leve. Mat har lav priselastisitet, som betyr at til tross for økt pris endres etterspørselen lite. Disse medlemmer påpeker at ved manglende konkurranse kan prisene forbli høye fordi det nettopp er et fravær av

konkurrenter som kan utfordre de andre aktørene på pris, og gi kunder makten til å velge deretter.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt, Venstre og Miljøpartiet De Grønne viser til at det norske dagligvaremarkedet preges av en ekstrem konsentrasjon hvor tre paraplykjeder – NorgesGruppen ASA, Coop Norge SA og Reitan AS – kontrollerer over 96,6 pst. av markedet, og kan kalles et oligopol. De tre dominerende aktørene har bygget opp lukkede, vertikalt integrerte systemer hvor de kontrollerer både leverandør-, grossist- og detaljistleddet. Dette skaper etableringshindre for nye aktører, og hindrer dermed reell konkurranse.

Disse medlemmer viser også til at norske forbrukere møter høye priser, få valgmuligheter og mindre mangfold i butikkhyllene enn andre europeiske forbrukere. Norske matvarepriser ligger godt over EU-gjennomsnittet, med priser som i gjennomsnitt er 25 pst. høyere enn i Sverige og 12 pst. høyere enn i Danmark.

Disse medlemmer viser til at leverandører og matprodusenter presses stadig hardere på betingelser og priser. Kjedekontrollerte merkevarer (herunder EMV) utgjør en økende andel av sortimentet, og det oppstår en skadelig interessemotsetning da kjedene både er kunde og konkurrent til leverandørene. Norske matprodusenter sitter igjen med mindre markedsinntekter enn før, og inntektene i næringen blir stadig mer avhengig av subsidier.

Disse medlemmer at til tross for økende politisk oppmerksomhet og vedtakene fattet blant annet ved behandlingen av Innst. 185 S (2020–2021), Innst. 370 S (2022–2023), regjeringens 10-punktsplan og Stortingets vedtak til lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden, har både markedskonsentrasjonen og den vertikale integrasjonen fortsatt å vokse.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt vil påpeke at strukturelle tiltak i et komplekst marked som norsk dagligvare selvsagt skal være kunnskapsbaserte, målrettede og proporsjonale, og viser derfor til ordlyden av de foreslåtte strukturelle tiltakene.

Disse medlemmer viser til at representantforslaget nettopp tar for seg hele verdikjeden for dagligvarer, inkludert produsent- og leverandørleddet hvor eierskapet i stadig større grad tilfaller de samme kjedene.

Komiteens medlem fra Venstre mener at det i det alt vesentlige er to hovedårsaker til manglende konkurranse i norsk dagligvarehandel: Det ene er kjedekontrollerte merkevarer (herunder EMV) når det gjelder konkurranse eller nyetableringer med utgangspunkt i nye norske selskaper eller nye dagligvarekjeder. Det andre er det norske tollvernet på en rekke landbruksvarer når gjelder konkurranse eller nyetableringer med ut-

gangspunkt i etablerte utenlandske selskaper eller dagligvarekjeder.

Dette medlem viser i så måte til at Konkurransetilsynet selv for kort tid siden pekte på toll på mat som det største hinderet for bedre konkurranse i dagligvaremarkedet.

Dette medlem tror imidlertid ikke at redusert lønnsomhet, mer byråkrati og flere hindre for nyetableringer – slik de fleste av forslagene i representantforslaget i realiteten legger opp til – vil medføre økt konkurranse og lavere priser til forbrukerne.

Åpning av grossistledet for en mer rettferdig varehandel

Komiteens flertall, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre, har merket seg Menon-rapportens beskrivelser av utfordringer knyttet til tilgang til distribusjon, og vil understreke at det er viktig å skille mellom legitim vertikal integrasjon og konkurransebegrensende adferd. Det er ingen automatikk i at sterk integrasjon er skadelig; det kan også bidra til effektivitet og lavere kostnader for forbruker, slik rapporten beskriver. Flertallet mener derfor at det er behov for videre utredning knyttet til disse forskjellene før det vurderes så mange, og så omfattende reguleringstiltak, uten at disse forslagene har faglig forankring.

Flertallet er skeptisk til denne typen pålegg om åpning av grossistledene på generelt grunnlag og mener eventuelle tiltak må baseres på konkret dokumentasjon av misbruk av markedsrett. Det bør vurderes hvorvidt eksisterende konkurranselov og håndhevingsmekanismer er tilstrekkelige, fremfor å etablere nye plikter og forskrifter som kan få utilsiktede konsekvenser. Flertallet viser til Menon-rapportens konklusjon på dette feltet, hvor det heter at:

«Gjennom vår kartlegging har vi ikke kunnet påvise en markedssvikt i grossistmarkedet for dagligvarer som tilsier at tilgangen til slike tjenester bør reguleres.» (Menon-publikasjon nr. 177/2024)

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet vil samtidig påpeke at den samme Menon-rapporten viser til at det er enkelte utfordringer i tilgangen til grossist- og distribusjonstjenester. Disse medlemmer mener at dette bør vurderes som del av Konkurransetilsynets muligheter for markedsetterforskning, og at regjeringen bør se nærmere på muligheter for regulering av grossist- og distribusjonstjenester gjennom en revidering av lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden.

Disse medlemmer viser til at Konkurransetilsynet og Dagligvaretilsynet har fått utvidet mulighet til å overvåke, kontrollere og håndheve tilgangsforskrifter

i grossistledet dersom de vurderer at relevante aktører bryter med eller kan bryte med bestemmelser i konkurranselov eller lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden. Disse medlemmer vil også påpeke at Konkurransetilsynet vil få ytterligere virkemidler til å undersøke ulike problemstillinger i dagligvarebransjen når markedsetterforskning i konkurranselov trer i kraft 1. juli 2025.

Disse medlemmer støtter intensjonen bak forslaget om endringer i konkurranselov og lov om god handelsskikk, men mener dette allerede er ivare tatt med regjeringens innføring av markedsetterforskning hos Konkurransetilsynet.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt, Venstre og Miljøpartiet De Grønne merker seg at de tre dominerende dagligvarekjedene ikke bare har høye markedsandeler i detaljistledet, men også eier og kontrollerer sine respektive grossist- og distribusjonssystemer. Dette skaper tre separate infrastrukturer for vareflyt i dagligvaresektoren.

Disse medlemmer viser til rapporten «Kartlegging av tilgang til dagligvaregrossisttjenester» utført av Menon Economics, som bekrefter at nesten alle dagligvarer i Norge distribueres via fullsortimentsgrossister kontrollert av ASKO (Norgesgruppen), REMA Distribusjon og Coop Distribusjon.

Disse medlemmer merker seg at matdistribusjon er et samfunnskritisk område som har betydelig innvirkning på forbrukernes tilgang til mat til rimelige priser og produsentenes mulighet til å få avsetning for sine varer.

Disse medlemmer viser til at distribusjonssystemene for dagligvarer har flere likhetstrekk med andre infrastrukturer som telekommunikasjonsnettverkene. Begge preges av høye etableringskostnader som krever betydelige investeringer, stordriftsfordeler som gir eksisterende aktører kostnadsfordeler, og begge utgjør samfunnskritisk infrastruktur.

Disse medlemmer viser til erfaringer fra telekommunikasjonssektoren, hvor monopolsituasjonen tidligere var dominerende gjennom Telenor. Disse medlemmer merker seg at løsningen kom gjennom nye lover og forskrifter fra midten av 1990-tallet og senere gjennom Ekomloven fra 2003, som påla aktører med sterk markedsstilling å gi tilgang til sine nettverk på ikke-diskriminerende vilkår.

Disse medlemmer merker seg at en åpning av grossistledet kan adressere flere utfordringer i dagens dagligvaremarked, herunder etableringsbarrierer, prisdiskriminering, sortimentsbredde og transparens i prissetting.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne viser til at en regulering av tilgangen til grossisttjenester kan innebære flere tilnærminger, inkludert regulatorisk tilgangsforskrift for grossister med betydelig markedsrett, funksjonelt skille mellom grossist- og detaljistvirksomhet, og utvidelse av lov om god handelsskikk.

Disse medlemmer merker seg at kostnadsbaserte prismodeller, transparente prismodeller, ikke-diskrimineringsprinsipper og regnskapsmessig skille mellom grossist- og detaljistvirksomhet kan være elementer i en slik regulering.

Disse medlemmer viser til erfaringer fra telesektoren som indikerer at åpning av infrastruktur kan gi effekter som økt tjenestemangfold, priskonkurranse, innovasjon, bedre geografisk utbredelse og større transparens, samtidig som den tidligere monopolisten fortsatt kan opprettholde en lønnsom virksomhet.

Disse medlemmer merker seg at en åpning av grossistleddet kan medføre konsekvenser som bedre tilgang for nye og mindre aktører, økt konkurranse, bredere utvalg og en mer balansert maktfordeling i verdikjeden.

Disse medlemmer mener mulige positive effekter over tid kan være økt samfunnsøkonomisk effektivitet, styrket matsikkerhet og beredskap, samt positive distriktsvirkninger gjennom bedre tilgang til konkurransedyktige grossisttjenester i hele landet.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag til en utvidelse av konkurranselovgivningen som skal sikre at kjeder med sterk markedsstilling i grossist- og distribusjonsvirksomhet plikter å gi alle aktører i dagligvaremarkedet tilgang til sine grossist- og distribusjonstjenester på ikke-diskriminerende vilkår.»

«Stortinget ber regjeringen utarbeide forskrift til konkurranselovgivningen om kostnadsbasert prissetting for grossist- og distribusjonstjenester, med standardiserte avtalevilkår for tilgang og transparente prismodeller, som sikrer likebehandling mellom kjedeleddets egne butikker og eksterne aktører.»

«Stortinget ber regjeringen gi Konkurransetilsynet og Dagligvaretilsynet utvidet mandat og tilstrekkelige ressurser til å overvåke, kontrollere og håndheve etterlevelsen av tilgangsforskrifter i grossistleddet.»

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag til utvidelse av konkurranselovgivningen for å etablere et rammeverk for utpeking av kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet. En kjede skal anses å ha sterk markedsstilling når kjeden alene eller sammen med andre har økonomisk styrke i et relevant marked som gjør at kjeden i stor grad kan oppføre uav-

hengig av konkurrenter, leverandører, kunder og forbrukere.»

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre krav i konkurranselovgivningen om regnskapsmessig og funksjonelt skille mellom grossist-/distribusjonsvirksomhet og øvrig virksomhet for kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet.»

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Rødt viser til at distribusjon av dagligvarer er en samfunnskritisk funksjon, en del av landets grunnleggende infrastruktur og viktig for forsyningssikkerhet og beredskap. Disse medlemmer viser videre til at den vertikale integrasjonen har skapt en søyledannelse i markedet hvor andre aktører kan stenges ute. Kjedenes fullintegrerte grossistledd gjør det tilnærmet umulig for leverandørene å få tilgang til markedet på andre måter enn gjennom de tre kjedene. Disse medlemmer vil videre vise til Menon-publikasjon nr. 177/2024, som kartlegger tilgang til grossisttjenester på oppdrag for Nærings- og fiskeridepartementet (NFD). Rapporten viser at det er svært vanskelig for nye aktører på detaljistleddet å få tilgang til grossisttjenester, og til konkurransedyktige vilkår.

Disse medlemmer mener derfor at det er viktig at aktører både på leverandørsiden og på detaljistleddet, som er avhengig av grossist- og distribusjonstjenester for å få dagligvarer ut til forbrukerne, sikres tilgang til disse tjenestene. Tilgangen må være på like, konkurransedyktige og transparente vilkår.

Disse medlemmer fremmer på denne bakgrunn følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med forslag om hvordan tilgang til distribusjon kan sikres på transparente, like og konkurransedyktige vilkår.»

«Stortinget ber regjeringen utrede tiltak for å sikre konkurranse og mer åpenhet innenfor grossist- og distributørleddet i dagligvarehandelen, herunder tilsyn med priskalkylene for distribusjonstjenester.»

«Stortinget ber regjeringen stille krav om et regnskapsmessig og funksjonsmessig skille mellom leddene i verdikjeden i dagligvarebransjen.»

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen sette ned et utvalg for å utrede og skille ut grossist- og distribusjonsleddet fra kjedeleddet for å bedre konkurransen, uten at dette skader effektiviteten i verdikjeden.»

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt har merket seg at enkelte aktører hevder at det ikke eksisterer problemer med tilgangen til grossisttjenester i norsk dagligvare, og viser til at bla. Menon-rapporten ikke finner eksempler på direkte tilgangsnækt. Disse medlemmer påpeker imidlertid at tilgang på papir er noe helt annet enn reell konkurransedyktig tilgang i praksis. Det fremkommer i rapporten at mindre detaljister oppgir at de kun får tilgang til storhusholdningssortimentet, ikke til dagligvaresortimentet, og at de ikke får informasjon om når de eventuelt kan flyttes til bedre betingelser. Videre opplever flere aktører at ASKO er deres eneste reelle alternativ, noe som i praksis gir NorgesGruppen monopolmakt i distribusjonsleddet for mange mindre aktører.

Disse medlemmer vil understreke at dersom tilgangen til grossisttjenester virkelig hadde vært vel fungerende og konkurransedyktig, ville vi sett et rikt mangfold av uavhengige kjøpmenn og dagligvarebutikker i Norge. Den ekstreme konsentrasjonen på detaljistsleddet, med 96,6 pst. av markedet kontrollert av tre aktører, taler sitt tydelige språk om de reelle mulighetene for å etablere og drive uavhengige dagligvarebutikker i Norge.

Disse medlemmer mener det er mer hensiktsmessig å gi rom for å identifisere aktører med sterk markedsstilling, ovenfor å sette et gitt prosenttak på dominerende aktør. Dette er noe i likhet med hvordan det reguleres i ekomloven i dag. Denne tilnærmingen gir tilsynsmyndighetene større fleksibilitet til å vurdere markedsrett basert på en helhetlig analyse av markedssituasjonen, ikke bare på statiske markedsandeler. Disse medlemmer viser til at en aktør kan ha betydelig markedsrett selv med en relativt beskjeden markedsandel, avhengig av faktorer som kontroll over kritisk infrastruktur, vertikal integrasjon, eller muligheten til å opptre uavhengig av konkurrenter og kunder. Motsatt kan en høy markedsandel i noen tilfeller være mindre problematisk hvis markedet er dynamisk og preget av lav etablerings terskel og høy kundemobilitet. En regulering basert på sterk markedsstilling fremfor faste prosentgrenser vil sikre at tilsynsmyndighetene kan fange opp og adressere reelle konkurranseproblemer på en mer treffsikker måte, tilpasset dagligvaremarkedets faktiske dynamikk og utfordringer.

Disse medlemmer vil fremheve viktigheten av interoperabilitet mellom systemer for å sikre reell tilgang til grossisttjenester. I dagens digitaliserte logistikk-systemer er teknisk kompatibilitet en nødvendig forutsetning for effektiv vareflyt. Disse medlemmer viser til at de store grossistene i dag har omfattende IT-systemer for automatisk varebestilling, lagerhold og leveransestyring som er optimalisert for sine egne butikker. For å sikre reell konkurransenøytralitet må disse systemene gjøres tilgjengelige for alle aktører på likeverdige vilkår.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fastsette tekniske krav i forskrift til konkurranselovgivningen for å sikre interoperabilitet mellom ulike aktørers systemer i grossist- og distribusjonsvirksomhet.»

Strukturelle inngrep mot maktkonsentrasjonen i dagligvarehandelen

Komiteens medlemmer fra Høyre og Fremskrittspartiet er kritiske til forslagene om vertikal og horisontal tvangsoppsplitting av private bedrifter. Slike inngrep vil være svært inngripende, potensielt svekke investeringsviljen i bransjen og uthule eiendomsretten uten tilstrekkelig dokumentasjon på markedsfeil som rettferdiggjør dette. Sannsynligheten er også stor for at grep av denne typen vil kunne øke matvareprisene ut til forbruker. Å sikre flere aktører på sisleddet bør gjøres gjennom å dempe etableringshindrene som i dag gjør det vanskelig for nye aktører å etablere seg, ikke gjennom kraftig inngripen i et fungerende marked. Disse medlemmer vil minne om at reduserte etableringshindringer er en forutsetning for bedre konkurranse i dagligvaremarkedet. Det er derfor viktig å sikre en helhetlig tilnærming til utfordringene i markedet, både Stortingets og regjeringens side. Videre fremstår forslaget om å innføre eiermessige skiller og avhendingspålegg som lite målrettet og lite egnet til å styrke konkurransen uten å samtidig svekke effektivitet og forsyningsikkerhet.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne viser til at det er behov for flere grep som sikrer redusert maktkonsentrasjon i dagligvarehandelen, som blant annet regulering som gir myndighetene mulighet til å identifisere kjeder med sterk markedsstilling, slik som hvordan telekomsektoren reguleres.

Disse medlemmer viser eksempelvis til at NorgesGruppen, med sin markedsandel på 44 pst., har en særstilling. Med en bred portefølje av butikkonsepter, landsdekkende distribusjon og økende leverandørvirksomhet utgjør deres dominans et strukturelt problem for sunn konkurranse.

Disse medlemmer viser til at et av de mest virkningsfulle grepene for å motvirke maktkonsentrasjon vil være å vurdere oppsplitting av dominerende aktører. Konkursloven § 12 gir mulighet for strukturelle tiltak ved konkurransebegrensende atferd. Disse medlemmer merker seg at historisk har slike oppdelinger vist seg effektive, slik som oppløsningen av Standard Oil i USA i 1911, som viste at strukturelle tiltak kan gjenopprette dysfunksjonelle markeder.

Disse medlemmer viser til at det finnes flere mulige modeller for oppsplitting av dominerende aktø-

rer, herunder vertikal oppsplitting som eksempelvis kan skille grossist- og distribusjonsvirksomheten fra detaljistleddet, horisontal oppsplitting etter butikkonsepter, geografisk oppsplitting, eller en kombinasjon av disse tilnærmingene.

Disse medlemmer viser til at det også kan etableres et regnskapsmessig og funksjonelt skille mellom grossist-/distribusjonsvirksomhet og den øvrige virksomheten for kjeder med sterk markedsstilling. En modell finnes i «Tine-avtalen», der det ble etablert et administrativt og regnskapsmessig skille i Tines virksomhet. Dette vil synliggjøre reelle kostnader i hvert ledd, forhindre kryssubsidiering og sikre likebehandling.

Disse medlemmer viser videre til forslaget om å gi Konkurransetilsynet hjemmel til å pålegge reduksjon av markedsandeler gjennom avhending når dette er nødvendig for å fremme bærekraftig konkurranse.

Disse medlemmer fremmer på denne bakgrunn følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen utrede konkrete modeller for oppsplitting av kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet, herunder vertikal oppsplitting, horisontal oppsplitting etter butikkonsepter, eller kombinasjoner av disse, og komme tilbake til Stortinget med en vurdering av hvilken modell som vil være mest hensiktsmessig for å motvirke uønsket maktkonsentrasjon i dagligvarehandelen.»

«Stortinget ber regjeringen utrede og fremme forslag til endring av konkurranselovgivningen som gir Konkurransetilsynet hjemmel til å pålegge en tilbyder med sterk markedsstilling i nasjonal dagligvarehandel å redusere sin markedsandel gjennom avhending av deler av virksomheten når det er nødvendig for å fremme bærekraftig konkurranse. Eksisterende aktører som blir utpekt med sterk markedsstilling, gis en rimelig tidsfrist til å tilpasse seg kravet.»

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre bestemmelser i konkurranselovgivningen som gir Konkurransetilsynet hjemmel til å regulere andelen kjedekontrollerte merkevarer i øvrige produktkategorier når dette er nødvendig for å sikre leverandørmangfold og effektiv konkurranse i dagligvaremarkedet.»

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet og Senterpartiet viser igjen til at Stortinget har vedtatt å innføre markedsetterforskning, som gir Konkurransetilsynet mulighet til å gripe inn i markeder med svak konkurranse. Verktøyet er markedsnøytralt, men skal bidra til at Konkurransetilsynet kan gripe inn i saker før det er påvist et klart brudd på konkurranseloven. Disse medlemmer mener at dette er et godt utarbeidet verktøy som vil føre til at konkurransesaker vil bli behandlet raskere. Med et etterfors-

kningsverktøy kan Konkurransetilsynet gripe inn i markeder med svak konkurranse, før det er påvist et direkte brudd på loven. Tiltak tilsynet foreslår skal ikke gå lenger enn nødvendig, og det er mulig å klage på vedtak. Disse medlemmer viser videre til at verktøyet allerede er innført i andre europeiske land, og at det har spart forbrukere i blant annet Storbritannia for 10 mrd. kroner i året.

Disse medlemmer ønsker at verktøyet får lov til å virke før man gjør andre endringer i konkurranseloven.

Disse medlemmer viser videre til konkurranseloven § 12. Nevnte lovhjemmel gir mulighet for strukturelle tiltak ved konkurransebegrensende adferd. Disse medlemmer viser til at bestemmelsen forutsetter at det foreligger brudd på konkurranselovens forbudsbestemmelser, jf. konkurranseloven §§ 10 og/eller 11 eller forskrift etter § 14.

Disse medlemmer viser til endringer i konkurranseloven om markedsetterforskning som trer i kraft 1. juli 2025. Denne endringen gir Konkurransetilsynet adgang til å gjennomføre nærmere undersøkelser i markeder der konkurransen er, eller står i fare for å bli, vesentlig begrenset. Dersom slike undersøkelser avdekker vesentlig begrensning i konkurransen kan Konkurransetilsynet vedta avhjelpende tiltak. Slike avhjelpende tiltak kan være adferdsregulerende eller strukturelle.

Disse medlemmer viser også til konkurranseloven § 16. Nevnte paragraf gir hjemmel til å forby foretakssammenslutninger som i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse, særlig som et resultat av at en dominerende stilling skapes eller styrkes.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen utrede lovendringer som vil gi Konkurransetilsynet makt til å tvinge selskaper med for stor markedsandel til å selge deler av virksomheten sin for å redusere sin dominans i markedet. Herunder oppsplitting av kjeder og eierskap i matforedlingsindustrien.»

Komiteens medlem fra Rødt viser til at utover en åpning av grossist- og distribusjonsleddet kreves flere strukturelle grep for å sikre et mer balansert dagligvaremarked.

Dette medlem viser til at dagens markedsstruktur bærer preg av en dramatisk utvikling de siste 50 årene. Fra et mangfoldig landskap med mange selvstendige kjøpmenn på 1970-tallet, hvor grossister og leverandører hadde betydelig markedsrett, har vi nå et av Europas mest konsentrerte dagligvaremarkeder. Den avgjørende maktforskyvningen skjedde i perioden 1985–1995, da fire kjedesammenslutninger ble totalt dominerende gjennom oppkjøp og konsolidering. Kjeditil-

knytningen økte fra 39 pst. i 1981 til hele 96 pst. i 1992. I 2015 ble konsentrasjonen forsterket ytterligere da ICA trakk seg ut, noe som reduserte antallet dominerende aktører fra fire til tre.

Dette medlem mener det er nødvendig å begrense dagligvarekjedenes eierskap i matforedlingsindustrien, særlig innenfor produktkategorier som er kritiske for norsk matberedskap.

Dette medlem vil fremheve muligheten for et eiermessig skille mellom grossist- og detaljistvirksomhet i dagligvaresektoren. Når samme selskap kontrollerer både grossistleddet og butikkene skapes fundamentale interessekonflikter og konkurransevridning når andre uavhengige aktører er avhengige av det samme grossistleddet. Et eiermessig skille vil innebære at samme eier ikke lenger kan kontrollere både grossist- og detaljistvirksomhet. Dette går lenger enn et funksjonelt og regnskapsmessig skille, da det eliminerer insentivene til å favorisere egne butikker fullstendig. Dette medlem mener at et slikt eiermessig skille kan bidra til å gjøre grossistmarkedet mer nøytralt og åpent, og burde derfor vurderes av regjeringen.

Dette medlem fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen vurdere eiermessig skille mellom grossist- og detaljistvirksomhet i dagligvaresektoren.»

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag til regulering av dagligvarekjedenes eierskap i matforedlingsindustrien, særlig innen kritiske kategorier for norsk matberedskap, når slikt eierskap svekker konkurransen eller fører til uforholdsmessig maktkonsentrasjon i verdikjeden.»

Regulering av kjedekontrollerte merkevarer

Komiteens flertall, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti, Rødt, Venstre og Miljøpartiet De Grønne, viser til at kjedekontrollerte merkevarer omfatter langt mer enn tradisjonelle egne merkevarer (EMV). De inkluderer alle produkter der kjedene har direkte eller indirekte kontroll over produksjon, prissetting og distribusjon – en kontroll som systematisk har vokst de siste årene.

Flertallet viser videre til at den tradisjonelle EMV-andelen har økt fra ca. 12 pst. i 2011 til 18–20 pst. i 2022, men disse tallene undervurderer kjedenes faktiske sortimentskontroll. Når kjedene opptrer som både kunde og konkurrent til uavhengige leverandører, oppstår alvorlige interessekonflikter, inkludert risiko for krysssubsidiering og kunstig høye prispåslag på konkurrerende varer.

Flertallet merker seg at de tre dominerende kjedene har etablert kontroll over store deler av verdikje-

den. NorgesGruppen eier eller kontrollerer blant annet Bakehuset og har sammen med REMA 1000 kontroll over BAMA. Coop eier Goman-bakeriene og kontrollerer Nordgrønt. Reitan har tett samarbeid med Mesterbakeren, kontrollerer Nordfjord og eier en tredjedel av norsk kyllingproduksjon gjennom selskapet Norsk Kylling.

Flertallet merker seg at kjedekontrollerte merkevarer finnes i alle prissegmenter. I lavprissegmentet finnes First Price, Xtra og REMA 1000. I mellomprissegmentet finnes Eldorado, Folkets og Coop. I premiumsegmentet er Jacobs Utvalgte, Smak og Kolonihagen. Grensene mellom kjedekontrollerte varer og tradisjonelle merkevarer viskes ut og forbrukere er ofte ikke klar over hvem som egentlig står bak produktene.

Flertallet viser til at kjedenes dobbeltrolle som både kunde og konkurrent til uavhengige leverandører skaper en ubalanse i maktforholdet. Kjedene kan favorisere egne produkter og presse uavhengige leverandører på pris, volum og hylleplassering.

Komiteens medlemmer fra Høyre og Fremskrittspartiet mener at egne merkevarer (EMV) også kan bidra til konkurranse og forbrukervalg. At kjedene har egne produkter, er ikke i seg selv problematisk, så lenge konkurranselovgivningen og krav om likebehandling ivaretas. I noen tilfeller er disse produktene, som beskrevet i rapporten Samfunnsøkonomisk analyse AS: Kartlegging av egne merkevarer og vertikal integrasjon i dagligvaremarkedet, Rapport 15–2023, utarbeidet for Nærings- og fiskeridepartementet, 29. september 2023, også det som sikrer konkurranse i et marked og i varelinjer hvor enkelte leverandører har høy markedsandel. Det er verdt å minne om at konsentrasjonen i leverandørleddet er like høy eller høyere enn i detaljistleddet innen flere viktige varekategorier (Konkurransetilsynet, 2023, s. 3). Disse medlemmer mener forslaget om å sette grenser for andelen EMV, samt krav om fysisk separasjon i butikk og priskalkyleforklaringer, går for langt i å gripe inn i hvordan dagligvareaktører organiserer og driver sin virksomhet. Disse medlemmer vil også minne om at egne merkevarer brukes i en rekke andre bransjer.

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti, Rødt, Venstre og Miljøpartiet De Grønne fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre krav i konkurranselovgivningen til dagligvarekjedene om å begrunne store forskjeller i prispåslag mellom egne merkevarer og sammenlignbare uavhengige merkevarer.»

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen innføre krav om informasjonsskiller mellom kjedenes innkjøpsfunksjoner og deres EMV-virksomhet, med plikt til å dokumentere atskilte beslutningsprosesser, for å forhindre at informasjon fra uavhengige leverandører misbrukes i utvikling av konkurrerende kjedekontrollerte produkter.»

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt, Venstre og Miljøpartiet De Grønne fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre bestemmelser i konkurranselovgivningen som forbyr krysssubsidiering mellom kjedekontrollerte og uavhengige merkevarer og varegrupper.»

«Stortinget ber regjeringen gjennomføre en utredning av prisutviklingen på kjedekontrollerte merkevarer sammenlignet med prisutviklingen på sammenlignbare uavhengige merkevarer.»

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne mener at Konkurransetilsynet må gis hjemmel til å begrense andelen kjedekontrollerte merkevarer i kritiske produktkategorier for norsk matberedskap.

«Stortinget ber regjeringen innføre krav om fysisk separasjon eller tydelig visuell differensiering mellom kjedekontrollerte merkevarer og uavhengige merkevarer i butikkhyllene, for å sikre at forbrukerne kan ta informerte valg.»

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å styrke vernet mot etterligninger i konkurranselovgivningen, og gi Dagligvaretilsynet mandat og ressurser til oppretting av saker på eget initiativ.»

«Stortinget ber regjeringen utarbeide forskrift til konkurranselovgivningen som forbyr at dagligvareaktører forskjellsbehandler egne merkevarer og uavhengige merkevarer med hensyn til hylleplassering, priskalkyler og markedsføring.»

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Venstre viser videre til de uavhengige merkevareleverandørenes behov for ivaretagelse av deres immaterielle rettigheter, særlig i møte med veksten i egne merkevarer (EMV). Dette er avgjørende for leverandørene for å beholde eierskap og kommersielle rettigheter knyttet til resepter, innovasjon og produktutvikling. Disse medlemmer fremhever at

lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden § 9 inneholder bestemmelser ment til å beskytte leverandørene mot kopiering og etterlikninger. Bestemmelsen må presiseres for å styrke Dagligvaretilsynets adgang til å håndheve beskyttelse av produsentene av produsentenes immaterielle rettigheter.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å styrke vernet mot etterligninger i konkurranselovgivningen.»

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Rødt viser til at dagligvarekjedene er leverandørenes kunder, men kan også gjennom kjedenes egne merkevarer være leverandørenes konkurrenter. Som kunder av de uavhengige leverandørene kan kjedene i forhandlingene få tilgang til leverandørenes resepter og kalkyler, samt annen konkurransesensitiv informasjon. Disse medlemmer viser til risikoen for at denne informasjonen kan bli brukt til å kopiere hele eller deler av leverandørenes produkter og erstatte mangfoldet av varer med kjedenes egne merkevarer. Dette kan være i strid både med forretningshemmelighetsloven (som gjennomfører direktiv (EU) 2016/943), og med konkurranseloven, som forbyr deling av konkurransesensitiv informasjon mellom konkurrenter. Disse medlemmer mener det er behov for å redusere risikoen for at det kan skje. Derfor bør det innføres et tydelig krav gjennom forskrift om et informasjonsskille mellom innkjøpsavdelingene og kjedenes egne EMV-avdelinger.

Disse medlemmer mener at det kan virke mot sin hensikt å inkludere spesifikke områder hvor det ikke skal være tillatt med forskjellsbehandling, og mener derfor kryss-subsidiering, men også annen forskjellsbehandling mellom uavhengige merkevarer og kjedekontrollerte varer, må tas med når regjeringa skal utarbeide et forslag.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre bestemmelser i lovgivningen som forbyr kryss-subsidiering og annen forskjellsbehandling mellom uavhengige merkevarer og kjedekontrollerte varer.»

Komiteens medlem fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt viser til Samfunnsøkonomisk Analyse sin kartlegging av EMV og vertikal integrasjon i dagligvaremarkedet. Den viste at kjedekontrollerte varer (EMV) utgjør over en tredjedel av omsetningsverdien i dagligvaremarkedet. Samtidig viser tall fra Statistisk sentralbyrå (SSB) at kategorier med en høy EMV-andel har hatt høyere prisøkninger enn KPI for matvarer siden 2016. Det er heller ingenting som tyder på at kjedenes sortiment har økt som følge av økningen av EMV.

Disse medlemmer mener veksten i EMV er problematisk, da det forsterker den vertikale integrasjonen, fører til dårligere utvalg og ikke minst høyere priser.

Disse medlemmer viser videre til rapportene fra Samfunnsøkonomisk Analyse hvor de kartla eierskap og kontroll over merkevarer i Norge. Et viktig funn i rapportene var at Norge skiller seg fra sine naboland på særlig en ting; nemlig dagligvarekjedenes eierskap på industriledet. Disse medlemmer mener at det bør stilles krav om likebehandling av varer fra uavhengige merkevareleverandører og kjedenes egne varer gjennom verdikjeden. Særlig gjelder dette grossistpåslag og kryssubsidiering på detaljistledet.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen regulere andelen kjedekontrollerte merkevarer til å maksimalt utgjøre 30 pst. av omsetningen, samt forby forskjellsbehandling av egne merkevarer og andre merkevarer mht. plassering og markedsføring.»

Disse medlemmer påpeker at den økende dominansen av kjedekontrollerte merkevarer skaper flere alvorlige utfordringer. Kjedene opptrer både som kunde og konkurrent til uavhengige leverandører. Dette dobbeltrollesystemet gir kjedene mulighet til å sette kunstig høye prispåslag på uavhengige merkevarer for å subsidiere egne produkter, få innsyn i konkurrenters kostnadsstrukturer og innovasjoner, prioritere egne produkter i butikkhyllene, og redusere priser på egne merkevarer i kampanjeperioder.

Disse medlemmer viser til at kjedekontrollerte merkevarer også bidrar til fortrenkning av uavhengige leverandører ved at mindre leverandører får redusert tilgang til hylleplass, etablerte merkevarer presses til å produsere EMV for kjedene, og kjedene kan kopiere vellykkede produkter fra mindre leverandører.

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Rødt mener at når kjedene kontrollerer stadig større deler av verdikjeden for landbruksprodukter som kjøtt, meieri, egg og kornprodukter, svekkes ikke bare primærprodusentenes forhandlingsposisjon dramatisk, men hele det norske matberedskapssystemet blir mer sårbart. Disse medlemmer viser til at når egne merkevarer (EMV) blir den eneste måten for primærprodusentene å få omsatt sine varer på, går dette direkte på bekostning av produsentenes inntekt, særlig ved at bondesamvirkenes lønnsomhet svekkes. Når andelen EMV øker i kritiske kategorier, blir primærprodusentene rene råvareleverandører med minimal forhandlingsmakt og uten mulighet til å bygge egne merkevarer. Disse medlemmer understreker at regulering av EMV-andelen handler om å sikre langsiktig matberedskap, konkurransedyktige vilkår for pri-

mærprodusenter og reelle valgmuligheter for forbrukerne.

Disse medlemmer påpeker videre at kjedekontrollerte merkevarer ofte benytter importerte råvarer, noe som undergraver norsk matproduksjon og selvforsyningssevne. Kjedene profilerer ofte EMV-produkter med importerte råvarer under samme merke som produkter med norske råvarer, noe som skaper forvirring hos forbrukerne. Presset på prisene til primærprodusentene øker når kjedene har kontroll over både produksjon og distribusjon.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt fremmer på denne bakgrunn følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag til utvidelse av konkurranselovgivningen med bestemmelser som gir Konkurransetilsynet hjemmel til å fastsette særskilte begrensninger for andelen kjedekontrollerte merkevarer (derav EMV) i kritiske produktkategorier for norsk matberedskap og selvforsyning, som kjøtt, meieri, egg, kornprodukter og grønnsaker, da en høy andel kjedekontrollerte merkevarer i disse.»

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Rødt viser til informasjonsasymmetrien som oppstår der forbrukere har vanskelig for å identifisere hvilke produkter som er kjedekontrollerte. Utvalget i butikkene fremstår større enn det faktisk er, og merking av opprinnelsesland og produsent er ofte uklart på EMV-produkter.

Disse medlemmer peker også på behovet for informasjonsskiller mellom kjedenes innkjøpsfunksjoner og deres EMV-virksomhet, med plikt til å dokumentere atskilte beslutningsprosesser for å forhindre at informasjon fra uavhengige leverandører misbrukes i utvikling av konkurrerende kjedekontrollerte produkter.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt vil understreke behovet for krav om fysisk separasjon eller tydelig visuell differensiering mellom kjedekontrollerte merkevarer og uavhengige merkevarer i butikkhyllene, for å sikre at forbrukerne kan ta informerte valg.

Disse medlemmer mener det er nødvendig med en grundig utredning av prisutviklingen på kjedekontrollerte merkevarer sammenlignet med prisutviklingen på sammenlignbare uavhengige merkevarer. Dette er særlig i lys av at mye tyder til at nettopp disse varene har økt mer i pris enn den generelle prisstigningen på matvarer.

Disse medlemmer er bekymret for de negative effektene på innovasjon og produktutvikling som følger av denne utviklingen. Redusert mangfold av leverandører begrenser innovasjonsevnen, og kjedenes EMV-stra-

tegier fokuserer ofte på kopiering fremfor genuine innovasjoner. Innovasjon hos mindre aktører risikerer å bli kopiert uten tilstrekkelig beskyttelse, og flere analyser viser at høyt EMV-omfang kan resultere i redusert innovasjon. Et styrket vern mot etterligninger må derfor inn i konkurranselovgivningen.

Disse medlemmer understreker behovet for forbud mot krysssubsidiert mellom kjedekontrollerte og uavhengige merkevarer og varegrupper. Når kjedene kan subsidiere kunstig lave priser på egne produkter, skapes en konkurransevridning som utkonkurrerer uavhengige leverandører.

Disse medlemmer mener det bør innføres krav i konkurranselovgivningen til dagligvarekjedene om å begrunne store forskjeller i prispåslag mellom egne merkevarer og sammenlignbare uavhengige merkevarer.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet viser til at regjeringen har foreslått å øke Konkurransetilsynets bevilgninger, at tilsynet allerede følger bransjen ekstra tett, at regjeringen følger opp merking av EMV, og at en videre oppfølging av dagligvarekjedenes bruk av egne merkevarer (EMV) bør ses på i sammenheng med revidering av lov om god handelskikk i dagligvarekjeden.

Tiltak for åpenhet, forbrukermakt og en mer rettferdig dagligvarehandel

Komiteens medlemmer fra Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre er enige i at forbrukermakt styrkes gjennom økt innsikt og bedre informasjon, og støtter derfor intensjonen bak forslagene om tydeligere merking, opprinnelsesinformasjon og bekjempelse av såkalt 'krympflasjon'. Dette bør også gjelde produkter som promoterer som 'norske', men som produseres i utlandet. Likevel mener disse medlemmer at dette først og fremst bør følges opp gjennom oppdateringer i merkeforskriften og bransjesamarbeid, fremfor ny omfattende detaljregulering som kan bidra til høyere priser ut til kundene.

Disse medlemmer vil på det sterkeste advare mot å la seg inspirere av land som i dag har statlige dagligvarebutikker. Forslag om statlig drevet grossistledd eller detaljistledd fremstår som en gammeldags, utdatert og sterkt ideologisk motivert løsning på et problem som heller bør adresseres med målrettede konkurranse-tiltak, ikke sterke statlig inngrep i markedet. 'Statmat' er ikke løsningen på å styrke konkurransen til fordel for forbrukerne, snarere tvert imot.

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne viser til at åpenhet om priser, produkter og eierskap er avgjørende både for forbruker

og myndigheter, for å sikre et velfungerende dagligvaremarked.

Disse medlemmer mener derfor forbrukernes rett til informasjon må styrkes gjennom tydeligere merking. Kjedekontrollerte merkevarer må identifiseres som nettopp det, og opprinnelsesmerking må forbedres slik at forbrukerne vet hvor råvarene faktisk kommer fra. Videre må tilbudet til forbrukeren styrkes gjennom støtte til lokale matprodusenter ved å bygge opp under utviklingen av andre omsetningskanaler som matmarkeder, bondes marked og direktesalgplattformer. Disse medlemmer mener regelverket for småskalaprodusenter må forenkles for å gi dem bedre muligheter til å nå ut med sine produkter.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag for å sikre at produkter som er kjedekontrollerte merkevarer merkes, slik at de tydelig identifiseres som kjedenes egne merkevarer.»

«Stortinget ber regjeringen styrke merkeforskriften under matloven med krav om tydelig opprinnelsesmerking, også for kjedenes egne merkevarer, for å sikre at forbrukerne kan ta velinformerte valg.»

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen innføre krav om at rabatter oppnådd gjennom varestrømmen, eksempelvis varelinjerabatter, volumrabatter og felles markedsføring (joint marketing) skal komme forbrukeren til gode.»

«Stortinget ber regjeringen etablere og styrke offentlige støtteprogram for utvikling av alternative omsetningskanaler for mat, herunder matmarkeder, bondens marked og direktesalgplattformer, samt forenkle regelverket for småskalaprodusenter.»

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet og Senterpartiet mener at tiltak som senker etableringshindringer gjør det lettere for nye aktører å konkurrere effektivt med de etablerte aktørene, og kan bidra til at rabatter kommer forbrukerne til gode. Disse medlemmer viser til regjeringens arbeid i hele perioden for å senke etableringshindringene, herunder forbud mot negative servitutter og nytt markedsetterforskningsverktøy for Konkurransetilsynet.

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti viser til følgende stortingsvedtak i behandlingen av Innst. 185 S (2020–2021):

«Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med egen sak med forslag om hvordan man i dagligvarebransjen kan tilrettelegge for at rabatter som oppnås i forhandlingene mellom leverandører og kjeder, i større grad følger varen.»

Ved behandlingen av i Innst. 185 S (2020–2021), jf. Meld. St. 27 (2019–2020) Daglegvare og konkurranse – kampen om kundane, slo Stortinget fast ved vedtak at rabatter i større grad skulle følge varen. Disse medlemmer mener forslag nr. 21 Dokument 8:191 S (2024–2025) fra Rødt ikke er generelt nok til å omfatte alle relevante rabatter som bør vurderes videre før framlegging av sak til Stortinget, og at nevnte formulering bedre dekker intensjonen i tidligere vedtak i Stortinget.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen innføre krav om at rabatter som oppnås i forhandlingene mellom leverandører og kjeder følger varen og kommer forbrukeren til gode.»

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Rødt viser videre til at det både i grossist- og detaljistleddet blir generert og lagret salgsdata for hvert enkelt produkt. Salgsdata eies av kjedene, og gir informasjon om blant annet hvilke butikker som selger hvor mye av hver vare, og hvilke kundesegment det selges til.

Salgsdata gir verdifull innsikt i forbrukernes kjøpsatferd og preferanser og styrker både leverandørenes mulighet til å videreutvikle eksisterende produkter og å innovere nye produkter. Tilgang til salgsdata gir også økt mulighet for å utarbeide riktige prognoser, styrke leveringsevnen gjennom hele verdikjeden og redusere matsvinn, til forbrukerens beste. Derfor bør det sikres at alle merkevareleverandører, både de uavhengige leverandører og kjedenes egne leverandører, får tilgang til egne salgsdata til kostpris.

Disse medlemmer fremmer derfor følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag som sikrer leverandører tilgang til egne salgsdata til kostpris.»

Disse medlemmer vil videre fremheve at mange lokale kjøpmenn som er tilknyttet de store kjedene ikke har makt til å bestemme mye over utviklinga av egen butikk og over utvalget i butikken. Det er positivt om flere lokale og regionale vareleverandører får mulighet til å få plass i butikkhyllene, og å øke mulighetene som lokale kjøpmenn har over varesortimentet vil kunne bidra til dette. Mange mindre eller mellomstore leverandører har problemer med å få solgt varene sine når kjedene krever at de må kunne levere til alle butikkene eller ingen.

Disse medlemmer fremmer på den bakgrunn følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med en sak om hvilke grep som kan gjøres for å styrke makta til den lokale kjøpmannen i forhold til kjedene som vedkommende har avtaler med, blant annet for å stimulere til mer variert og lokalt prega vareutvalg.»

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt viser til behandlingen av Meld. St. 27 (2019–2020) Daglegvare og konkurranse – kampen om kundane. Her vedtok Stortinget en rekke tiltak for å styrke konkurransen slik at forbrukerne får tilgang til et større mangfold av varer til riktige priser. Disse medlemmer viser til følgende vedtak:

«Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med egen sak med forslag om hvordan man i dagligvarebransjen kan tilrettelegge for at rabatter som oppnås i forhandlingene mellom leverandører og kjeder, i større grad følger varen.»

Disse medlemmer vil understreke at i markedet med en velfungerende konkurranse, vil forbrukerprisene i stor grad gjenspeile resultatet av forhandlinger tidligere i verdikjeden. Forhandlingsresultatet vil være et viktig grunnlag for den videre prissettingen, og konkurransen vil presse aktørene til å i større grad videreføre de rabattene de har klart å forhandle frem til forbrukerne.

Disse medlemmer viser til at forhandlingene mellom de uavhengige merkevareleverandørene og dagligvarekjedene er komplekse. Det forhandles både om rabatter og ytelser/motytelser som påvirker grossistenes innkjøpspriser, og om kjedenes krav om økonomiske ytelser til kjedenes sentralledd. Kjedenes forhandlingsmakt påvirker både størrelsen og formen på ytelsene som de uavhengige leverandørene må gi for å få markedstilgang. Dette medlemmer peker på at det er ingen mekanikk i at de økonomiske ytelsene følger varen det forhandles om, verken i grossistleddet eller kjedenes sentralledd. Med mindre annet er eksplisitt avtalt, står kjedene fritt til å disponere sentrale ytelser som de selv ønsker, som for eksempel i investering i eiendom, butikklokaler eller til å subsidiere kjedenes egne merkevarer (EMV).

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen styrke støtteordninger for alternative salgskanaler og småskalaprodusenter.»

Komiteens medlem fra Rødt påpeker at økt transparens i matmarkedet er ikke bare et mål i seg selv, men også et verktøy for å endre maktbalansen i verdi-

kjeden mellom dagligvarekjeder, produsenter og leverandører.

Dette medlem viser til et problematisk aspekt ved dagens mangel på åpenhet, nemlig krympflasjon. Dette er en praksis hvor produkter reduseres i størrelse uten tilsvarende prisreduksjon. Etter inspirasjon fra Frankrike bør Norge innføre tydelig merking og reguleringer mot slike skjulte prisøkninger, slik at forbrukerne kan ta informerte valg.

Dette medlem påpeker at salgsdata gir verdifull innsikt i forbrukernes kjøpsatferd og preferanser, og styrker leverandørenes mulighet til å videreutvikle eksisterende produkter, og innovere nye produkter. Tilgang til salgsdata gir også økt mulighet for å utarbeide riktige prognoser, styrke leveringsevnen gjennom hele verdikjeden og redusere matsvinn, til forbrukerens beste. Derfor bør det sikres at alle merkevareleverandører, både de uavhengige leverandører og kjedenes egne leverandører, får tilgang til egne salgsdata til kostpris.

Dette medlem fremmer på denne bakgrunn følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag som etablerer hjemmel for et digitalt salgsdataregister som gir leverandører tilgang til salgsinformasjon om egne produkter på tvers av alle kjeder, samtidig som det sikrer at forskere får tilgang til anonymiserte prisdatasett for analyseformål og at forbrukere får bedre innsikt i prisutviklingen på tvers av kjeder.»

Dette medlem påpeker at forbrukernes rett til informasjon må styrkes gjennom tydeligere merking. Kjedekontrollerte merkevarer må identifiseres som nettopp det, og opprinnelsesmerking må forbedres slik at forbrukerne vet hvor råvarene faktisk kommer fra.

Dette medlem mener at forbrukerne har rett til tydelig informasjon om maten de kjøper, og at dette er særlig viktig når det gjelder ultraprosesserte matvarer. Slike produkter gjennomgår omfattende industriell bearbeiding og inneholder ofte tilsetningsstoffer, kunstige smaksforstærkere og høye nivåer av sukker, salt og usunne fetter. Flere studier har påvist sammenheng mellom høyt konsum av ultraprosessert mat og økt risiko for livsstilssykdommer som fedme, diabetes type 2 og hjerte- og karsykdommer. Dette medlem påpeker at ultraprosesserte matvarer utgjør en økende andel av dagligvarebutikkens sortiment, samtidig som forbrukerne har begrenset kunnskap om disse produktenes helsemessige konsekvenser.

Dette medlem viser til at en offentlig merkeordning for ultraprosesserte matvarer vil gi forbrukerne mulighet til å ta mer informerte valg. En slik merkeordning vil også skape insentiver for matindustrien til å utvikle sunnere alternativer med mindre bearbeiding og færre tilsetningsstoffer. Dette medlem mener at en

tydelig merkeordning, kombinert med nasjonale kostholdsråd om ultraprosessert mat, vil være et viktig folkehelseiltak.

Dette medlem fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om offentlig merkeordning for ultraprosesserte matvarer.»

Dette medlem viser til at for å gi forbrukerne reelle alternativer, må man støtte utviklingen av andre omsetningskanaler, som matmarkeder, bondens marked og direktesalgsplasser. Regelverket for småskalaprodusenter må forenkles for å gi dem bedre muligheter til å nå ut med sine produkter.

Dette medlem mener at når det private markedet har sviktet så fundamentalt som vi ser i dag, må vi også våge å tenke nytt om selve markedsstrukturen. Et offentlig utvalg bør utrede mulighetene for et offentlig grossist-, distribusjons- og detaljistledd som kan fungere som et korrektiv i markedet, utviklet i tett samarbeid med landbrukssamvirkene og landbrukets organisasjoner.

Dette medlem fremmer på denne bakgrunn følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen sette ned utvalg for å utrede innretning og virkning av et offentlig grossist-, distribusjons-, og detaljistledd, for distribusjon og salg av matvarer og landbruksprodukter, i samarbeid med landbrukssamvirkene og landbrukets organisasjoner.»

Dette medlem understreker at det er nødvendig å innføre krav om at rabatter oppnådd gjennom varestrømmen, eksempelvis varelinjerabatter, volumrabatter og felles markedsføring (joint marketing) skal komme forbrukeren til gode. I dag er det ingen garanti for at disse rabattene faktisk resulterer i lavere priser i butikk, og forbrukerne går dermed glipp av den prisreduksjonen som disse rabattene skulle representere.

Dette medlem mener at en mer rettferdig fordeling av verdiskapningen i matvarekjeden krever systematisk åpenhet i alle ledd. Dagens situasjon, der forbrukerne betaler stadig mer for maten samtidig som primærprodusentene får en stadig mindre andel av verdiskapningen, er uakseptabel og vitner om et maktkonstrert og ubalansert marked.

Dette medlem fremmer på denne bakgrunn følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen innføre forskrift til krav om åpenhet om marginfordeling i verdikjeden for utvalgte basismatvarer, for å synliggjøre hvordan verdiskapningen fordeles mellom primærprodusent, industri og dagligvareledd.»

Tiltak for rettferdige leverandørrelasjoner og avtalevilkår

Komiteens medlemmer fra Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre anerkjenner at det finnes utfordringer i relasjonene mellom kjeder og leverandører, men syns det er uheldig å ikke se på konkurranseutfordringer i hele verdikjeden for dagligvarer under ett. Skal konkurransen styrkes kan ikke enkeltelementer i verdikjeden skjermes for både utredninger og konkurranse. De siste årene har det vært gjort et godt arbeid knyttet til utredning av konkurranseforholdene på detaljistleddet, på egne merkevarer (EMV) og på grossisttjenester. Disse medlemmer mener derfor det er behov for mer informasjon om leverandørleddet, for å få et fullstendig bilde av hele verdikjeden.

Disse medlemmer mener også at eksisterende virkemidler i konkurranseloven og lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden gir et godt rammeverk for bransjen. Ytterligere reguleringer, som forbud mot hylleplassbetaling eller krav om offentlig rapportering av joint marketing-avtaler, må vurderes nøye med hensyn til effektivitet og administrative byrder.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne viser til at ubalansen i maktforholdet mellom dagligvarekjedene og leverandørene har ført til en rekke urimelige praksiser og avtalevilkår. Dette inkluderer uforholdsmessige rabattkrav, ensidig endrede betingelser og økonomiske overføringer i form av såkalte joint marketing-avtaler som ikke alltid gir reell motytelse.

Disse medlemmer viser blant annet til at hylleplassbetaling og joint marketing (JM) utgjør betydelige og lite transparente pengestrømmer som gir store leverandører uforholdsmessige fordeler, og fortrenger mindre aktører som ikke har økonomisk evne til å betale for attraktiv hylleplassering.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag til endringer i konkurranselovgivningen om et forbud mot urimelige kontraktsvilkår i leverandørforhold, herunder et totalforbud mot hylleplassbetaling for basismatvarer og forbud mot hylleplassavgifter for øvrige varer som ikke er direkte knyttet til dokumenterbare kostnader.»

«Stortinget ber regjeringen innføre krav om at dagligvarekjeder med sterk markedsstilling må rapportere om standardbetingelser for innkjøp til tilsynsmyndighetene, herunder rabattstrukturer, betalingsbetingelser og leveringsvilkår, for å motvirke urimelig prisdiskriminering mellom aktører.»

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre regulering av joint marketing-avtaler i konkurranselovgivningen for å sikre at leverandører får reell motytelse for sine bidrag, forslag om forbud mot ensidige endringer i leverandøravtaler samt forslag om forbud mot hemmelige eksklusivitetsavtaler som hindrer effektiv konkurranse.»

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet viser til at urimelige kontraktsvilkår i leverandørforhold reguleres i dag blant annet i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden. Disse medlemmer viser videre til at regjeringen Støre vurderer endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden, herunder om hvilke krav aktørene i dagligvarebransjen kan stille til hverandre i forhandlinger.

Disse medlemmer viser til Dagligvaretilsynets undersøkelser som viser at en betydelig andel leverandører opplever at delisting forekommer uten saklig grunn, at dagligvarekjedene etterligner deres produkter, og at kjedene stiller krav om ytelser uten at motytelser er spesifisert. Disse medlemmer viser videre til at kjedene i stor grad bestemmer over etableringshindre, særlig for små og/eller nyetablerte leverandører og detaljister. Disse medlemmer viser imidlertid til at Konkurransetilsynet kan gripe inn mot urimelige kontraktsvilkår, rabattstrukturer, betalingsbetingelser og joint marketing-avtaler med hjemmel i konkurranseloven.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt påpeker at ubalansen i maktforholdet mellom dagligvarekjedene og leverandørene har ført til en rekke urimelige praksiser og avtalevilkår. Dette inkluderer uforholdsmessige rabattkrav, ensidig endrede betingelser og økonomiske overføringer i form av såkalte joint marketing-avtaler som ikke alltid gir reell motytelse.

Disse medlemmer viser til at hylleplassbetaling og joint marketing (JM) utgjør betydelige og lite transparente pengestrømmer som gir store leverandører uforholdsmessige fordeler og fortrenger mindre aktører som ikke har økonomisk evne til å betale for attraktiv hylleplassering. Det er nødvendig med et totalforbud mot hylleplassbetaling for basismatvarer og streng regulering av joint marketing-avtaler.

Disse medlemmer mener konkurranselovgivningen må styrkes med et forbud mot urimelige kontraktsvilkår i leverandørforhold, inkludert forbud mot hylleplassavgifter som ikke er direkte knyttet til dokumenterbare kostnader. Dagligvarekjeder med sterk markedsstilling må pålegges å rapportere standardbetingelser for innkjøp til tilsynsmyndighetene, herunder rabattstrukturer, betalingsbetingelser og leveringsvilkår.

Disse medlemmer påpeker at det er nødvendig med en strengere regulering av joint marketing-avtaler med krav om registrering i offentlig register, rapportering av omfang og bruk av markedsføringsmidler, maksimalgrenser for bidrag som andel av omsetningsverdi og krav om at hovedandelen må gå til dokumenterbare markedsføringstiltak. Rabatter oppnådd gjennom slike avtaler skal følge varen helt ut til forbruker.

Disse medlemmer viser til at dagens praksis i mange tilfeller innebærer at leverandører betaler betydelige summer for markedsføring, men at det ikke finnes noen kontrollmekanismer som sikrer at midlene faktisk brukes til det avtalte formålet. Denne praksisen innebærer i realiteten ofte en skjult prisreduksjon til kjedene, som ikke kommer forbrukerne til gode, og som mindre leverandører ikke har økonomisk styrke til å delta i på lik linje med de store.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen etablere transparens og begrensninger for joint marketing-avtaler, herunder krav om registrering i offentlig register, rapportering av omfang og bruk av markedsføringsmidler, maksimalgrenser for bidrag som andel av omsetningsverdi, og krav om at hovedandelen må gå til dokumenterbare markedsføringstiltak.»

Komiteens medlem fra Rødt mener at for å sikre at leverandører tør å rapportere om brudd på regelverket uten frykt for represalier, må det etableres en ordning for anonyme varsler med reell varslerbeskyttelse for leverandører og kjøpmenn. Det eksisterer i dag en utbredt frykttkultur i bransjen, der særlig mindre leverandører ikke tør å si fra om urimelige praksiser av frykt for å miste hylleplass eller bli møtt med andre sanksjoner fra kjedene.

Dette medlem fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen etablere en ordning for anonyme varsler med reell varslerbeskyttelse for leverandører og kjøpmenn som frykter represalier ved å melde fra om brudd på regelverket i dagligvarebransjen.»

Franchiseregulering og tiltak for å bedre kjøpmenns stilling

Komiteens flertall, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre, er åpne for å vurdere bedre rettssikkerhet og rammer for franchisetakere, men mener forslagene i representantforslaget mangler tilstrekkelig juridisk forankring og praktisk realisme, i tillegg til at de innebærer det motsatte av det Konkurransetilsynet har anbefalt, og dermed fremstår som lite gjennomtenkte.

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne viser til at franchisemodellen har blitt en utbredt organisasjonsform i norsk dagligvarehandel. Store deler av markedet drives nå gjennom denne modellen, der sentrale kjedekontor eier konseptet og merkevaren, mens lokale kjøpmenn driver selve butikkene. Denne strukturen skaper særegne maktforhold som påvirker både konkurransesituasjonen og arbeidsvilkår.

Disse medlemmer merker seg at franchiseavtalene gir kjedekontorene omfattende kontroll over franchisetakerne, samtidig som franchisetakerne selv bærer størstedelen av risikoen. Gjennom detaljerte kontrakter styrer kjedene de fleste sider ved driften, fra vareutvalg og priser til markedsføring og butikkutforming.

Disse medlemmer viser til at franchisekontraktene i praksis er standardavtaler der den enkelte kjøpmann har minimal forhandlingsmakt. Kontraktene er gjerne kortvarige, typisk fem år, og kjeden kan velge å ikke fornye avtalen uten særskilt begrunnelse. Dette skaper en grunnleggende usikkerhet for franchisetakeren som ofte har investert betydelige summer i virksomheten.

Disse medlemmer viser til at franchisemodellen skaper utfordringer for arbeidstakernes rettigheter og organisering. Modellen skaper et fragmentert arbeidsgiveransvar hvor kjedene kontrollerer sentrale driftsbetingelser som påvirker arbeidsmiljøet, men franchisetakeren er formelt arbeidsgiver. Dette reiser spørsmål om ansvarsforhold og påvirker negativt muligheten for fagorganisering.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet viser til statsrådens svarbrev, og at spørsmål om arbeidsgiveransvar innenfor ulike former for virksomhetsorganisering har ellers blitt vurdert også tidligere, jf. f.eks. Konsernutvalget (NOU 1996: 6) og Arbeidslivslovutvalget (NOU 2004: 5)., og gjennom Fougner-utvalget. Videre vil disse medlemmer vise til at forslagene om å regulere franchisekontrakter innebærer begrensninger i avtalefriheten, gjennom detaljerte krav til vilkårene i kontrakter mellom kjedene og franchisetakere, kjøpmenn og andre uavhengige butikkinnehavere, men at statsråden følger utviklingen på området.

Komiteens medlem fra Rødt påpeker at franchisemodellen er utbredt i norsk dagligvarehandel. Hos Reitan Retail er den selve forretningsmodellen, mens Coop nylig har kunngjort at de går bort fra franchise.

Dette medlem viser til at franchisekontraktene definerer sortiment, prissetting, innkjøpskanaler, markedsføring og profilering. Til tross for fordeler som sen-

tralisert markedsføring, har franchisetakerne svært begrenset forhandlingsmakt. Kontraktene er standardiserte, kortvarige (typisk fem år) og kjeden kan nekte fornyelse uten begrunnelse. De inneholder ofte problematiske klausuler som tvungen bruk av kjedens IT-systemer, strenge konkurranseklausuler og ensidige endringsrettigheter.

Dette medlem påpeker at Norge mangler en særskilt franchiselovgivning, noe som forsterker makubalansen. Dette skaper problemer både for franchise-takere og arbeidere, gjennom fragmentert arbeidsgiveransvar, lav organisasjonsgrad og dårligere arbeidsvilkår.

Dette medlem understreker videre behovet for en bedre fordeling av økonomiske verdier, med åpenhet om fordeling av leverandørrabatter og bonuser, forholdsmessig fordeling av volumrabatter til franchisetakere, forbud mot dobbel betaling gjennom leverandørrabatter og påslag, og regulering av franchiseavgifter og markedsføringsbidrag.

Dette medlem mener at arbeidstakernes rettigheter må styrkes gjennom delt arbeidsgiveransvar mellom franchisegiver og franchisetaker, sikring av organisasjons- og forhandlingsrett, rett til arbeidstakerrepresentasjon i franchisegivers organer, og krav om opplæring og forsvarlig HMS-arbeid.

Dette medlem mener at åpenhet og håndheving kan sikres gjennom obligatorisk registrering av franchiseforetak og kontrakter, forbud mot konfidensialitetsklausuler om kontraktsvilkår, utvidet mandat for Dagligvaretilsynet, og etablering av lavterskel tvisteløsningsordning.

Dette medlem vil påpeke at franchisemodellen opprinnelig var ment å gi selvstendig næringsdrivende muligheten til å drive butikk under et kjent merkenavn, med støtte fra en større aktør. I praksis ser vi imidlertid at mange franchisetakere i dagligvarebransjen opplever at de har alle ulempene ved selvstendig næringsvirksomhet, som økonomisk risiko og lange arbeidsdager, men få av fordelene, som reell selvbestemmelse og mulighet for god fortjeneste. Dette misforholdet må adresseres gjennom bedre regulering.

Dette medlem fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag som skal sikre rettighetene til franchisetakere, kjøpmenn og andre selvstendig ansvarlige butikkinnehavere i kontraktsforhold med kjedene, med etablering av rammer for balanserte driftsavtaler og standardiserte kontraktsvilkår i dagligvarebransjen. Konkurransetilsynet skal gis hjemmel til å fastsette slike standarder og føre tilsyn med etterlevelsen.»

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag som sikrer kontraktsforhold mellom kjedene og franchisetakere, kjøpmenn og andre selvstendig ansvarlige butikkinne-

havere med transparente og balanserte vilkår. Dette skal omfatte at rabatter og bonuser tilfaller butikkleddet, mulighet for å ta inn lokale produkter, rimelige konkurranseklausuler, opplysningsplikt ved avtaleinngåelse, rettfærdige vilkår for fornyelse og opphør, samt etablering av tvisteløsningsmekanismer.»

«Stortinget ber regjeringen utrede delt arbeidsgiveransvar mellom kjeder og kontraktstilknyttede butikkinnehavere, samt sikre arbeidstakernes organisasjons- og forhandlingsrett i slike virksomheter. Det skal også vurderes rett til arbeidstakerrepresentasjon i kjedenes besluttsende organer der driften i vesentlig grad skjer gjennom franchisetakere, kjøpmenn eller tilsvarende modeller.»

Styrking av tilsynsmyndigheter

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet og Senterpartiet viser til at vi har allerede tilsynsmyndigheter som fører nøye tilsyn med dagligvarebransjen i dag, og at forslagene som fremmes under dette kapittelet er ivarettatt gjennom eksisterende lovverk. Disse medlemmer viser til Konkurransetilsynets hjemmel til å vedta midlertidig pålegg om opphør av ulovlig opptreden etter konkurranseloven § 12.

Disse medlemmer viser til at regjeringen i hele perioden har styrket Konkurransetilsynets virkemidler. Disse medlemmer viser for øvrig til at dagligvare har vært et prioritert område for Konkurransetilsynet i lengre tid, noe som har vært presisert i tildelingsbrevne fra Nærings- og fiskeridepartementet siden 2016. Disse medlemmer viser til tildelingsbrevet for 2025 der Konkurransetilsynet blir bedt om å årlig kartlegge markedsandeler, selskapsstrukturer, egne merkevarer (EMV) og andre merkevarekategorier.

Komiteens medlemmer fra Høyre kan ikke støtte å styrke Konkurransetilsynet med enda flere verktøy etter at tilsynet nettopp har fått svært utvidede fullmakter gjennom innføring av et markedsetterforskningsverktøy. Dette gjør det norske Konkurransetilsynet til et av Europas mektigste tilsyn av sitt slag.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne viser til at Konkurransetilsynet og Dagligvaretilsynet er avgjørende tilsynsmyndigheter for å sikre rettfærdig konkurranse og velfungerende dagligvaremarked. Dagens situasjon krever at Konkurransetilsynet kan slå ned på problematiske praksiser umiddelbart, noe som etter komiteens mening fordrer at tilsynets verktøykasse styrkes slik at de har mulighet til å ilegge sanksjoner, samtidig som man bygger opp et fagmiljø som kan holde øye med prisutvikling og markedsforhold hele tiden. Bedre innsikt gir mer treffsikre inngrep.

Videre må Dagligvaretilsynet få lov til å undersøke alle deler av matsystemet, fra jord til bord. Bare slik kan man oppnå en sammenhengende tilnærming til problemene i markedet.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen gi Konkurransetilsynet myndighet til å utstede midlertidige pålegg om opphør av potensielt skadelig praksis mens en sak er under utredning, for å hindre irreversible konkurranseskader i verdikjeden.»

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å gi Konkurransetilsynet utvidede sanksjonshjemler i konkurranselovgivningen og etablere et eget analysemiljø for kontinuerlig overvåking av prisutvikling og konkurranseforhold.»

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om forbud mot samarbeidsavtaler mellom dagligvarekjeder som begrenser konkurransen, herunder avtaler om ikke å etablere seg i samme geografiske områder, og krav om at alle eksisterende og fremtidige samarbeidsavtaler mellom kjeder må meldes til og godkjennes av Konkurransetilsynet.»

«Stortinget ber regjeringen sikre at Dagligvaretilsynet gis hjemmel til å behandle saker i alle ledd av dagligvaresystemet.»

Komiteens medlem fra Rødt viser til at dagens tilsynsorganer har begrensede fullmakter og ressurser i forhold til utfordringene de står overfor. Konkurransetilsynet mangler eksempelvis hjemmel til å utstede midlertidige pålegg om opphør av potensielt skadelig praksis mens en sak er under utredning. Dette betyr at konkurranseskader kan bli irreversible mens tilsynet gjennomfører sine undersøkelser, som ofte er tidkrevende.

Dette medlem mener at en styrking av tilsynsmyndighetene vil være et viktig supplement til de strukturelle grepene som er foreslått i dette dokumentet. Selv med bedre regelverk vil effekten være begrenset uten tilsynsorganer som har ressurser og myndighet til å håndheve regelverket og gripe inn mot brudd. For å sikre et velfungerende og rettferdig dagligvaremarked er det avgjørende at tilsynsmyndighetene gis verktøyene de trenger for å utføre sitt samfunnsoppdrag.

Om bredere konkurranseutfordringer og landbrukspolitikk

Komiteens medlemmer fra Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre viser til at utfordringene i dagligvaremarkedet ikke bare skyldes markedskonsentrasjon, men også rammevilkår i norsk

landbrukspolitikk og importvern. Importvernet påvirker i stor grad forutsetningene for konkurranse i verdikjeden for dagligvarer. Det svekker konkurransen på leverandørleddet her hjemme, fordi det begrenser muligheten leverandører med produksjonsanlegg i utlandet har til å tilby sine varer til konkurransedyktige vilkår. Som en konsekvens reduserer det derfor muligheten utenlandske aktører har til å utnytte et eksisterende sortiment med egne merkevarer, produsert i utlandet, ved etablering i Norge.

Disse medlemmer viser blant annet til at innen tilberedte matvarer får importvernet uheldige konsekvenser, gjennom at ulike terskelverdier gjør at mange produkter havner i tollposisjon, og medfører at kun de største etablerte aktørene klarer å tilpasse seg. Disse medlemmer mener det er viktig å ta vare på importvernet, men hensynet til norske forbrukere og norsk matvareindustri tilsier at importvernet på enkelte varer bør justeres, fordi tollsatsene i flere tilfeller er høyere enn det som faktisk er nødvendig for å beskytte norsk landbruk. Det fører dermed til unødvendig høye priser for forbruker, uten at det er til gagn for landbruket. Det bør foretas en gjennomgang av importvernet for å finne hvilke tollbarrierer som kan bygges ned uten at man rammer norsk matproduksjon, og gjennom det sikrer størst mulig fordel for forbrukerne med minst mulig ulempe for landbruket.

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Rødt viser til EU hvor mat kan fraktes tollfritt over landegrensene. Til tross for disse forutsetningene, er matprisene i snitt nærmere 50 pst. høyere i Tyskland enn i Polen, og videre er prisene nærmere 25 pst. høyere i Danmark enn i Tyskland. At noe av dette kan skyldes forskjellige kostnader tilknyttet eksempelvis lønnskostnader, stemmer, men det hele koker igjen ned til den forskjellige betalingsvilligheten i de respektive landene.

Dette medlem viser til at et svekket importvern i praksis kun vil gi lavere innkjøpspris for de etablerte dagligvarekjedene, men ved en tilsvarende konkurranse situasjon som i dag er det ingenting som tilsier at denne reduserte innkjøpsprisen vil resultere i lavere pris ut til forbruker. Konsekvensen ville vært å svekke norsk landbruk og norske leverandører, noe som er svært uheldig blant annet på grunn av den sikkerhetspolitiske situasjonen.

Forslag fra mindretall

Forslag fra Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre:

Forslag 1

Stortinget ber regjeringen sikre mest mulig åpenhet i hele verdikjeden for dagligvarer, og gjennomføre en

kartlegging av leverandørleddet, herunder fordeling av markedsandeler og med en oversikt over marginer.

Forslag fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti, Rødt, Venstre og Miljøpartiet De Grønne:

Forslag 2

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre krav i konkurranselovgivningen til dagligvarekjedene om å begrunne store forskjeller i prispåslag mellom egne merkevarer og sammenlignbare uavhengige merkevarer»

Forslag fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Venstre:

Forslag 3

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å styrke vernet mot etterligninger i konkurranselovgivningen.

Forslag fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne:

Forslag 4

Stortinget ber regjeringen innføre krav om informasjonsskiller mellom kjedenes innkjøpsfunksjoner og deres EMV-virksomhet, med plikt til å dokumentere atskilte beslutningsprosesser, for å forhindre at informasjon fra uavhengige leverandører misbrukes i utvikling av konkurrerende kjedekontrollerte produkter.

Forslag 5

Stortinget ber regjeringen fremme forslag for å sikre at produkter som er kjedekontrollerte merkevarer merkes, slik at de tydelig identifiseres som kjedenes egne merkevarer.

Forslag 6

Stortinget ber regjeringen styrke merkeforskriften under matloven med krav om tydelig opprinnelsesmerking, også for kjedenes egne merkevarer, for å sikre at forbrukerne kan ta velinformerte valg.

Forslag fra Senterpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Rødt:

Forslag 7

Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med forslag om hvordan tilgang til distribusjon kan sikres på transparente, like og konkurransedyktige vilkår.

Forslag 8

Stortinget ber regjeringen utrede tiltak for å sikre konkurranse og mer åpenhet innenfor grossist- og distributørleddet i dagligvarehandelen, herunder tilsyn med priskalkylene for distribusjonstjenester.

Forslag 9

Stortinget ber regjeringen stille krav om et regnskapsmessig og funksjonsmessig skille mellom leddene i verdikjeden i dagligvarebransjen.

Forslag 10

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre bestemmelser i lovgivningen som forbyr krysssubsidierting og annen forskjellsbehandling mellom uavhengige merkevarer og kjedekontrollerte varer.

Forslag 11

Stortinget ber regjeringen fremme forslag som sikrer leverandører tilgang til egne salgsdata til kostpris.

Forslag 12

Stortinget ber regjeringen komme tilbake til Stortinget med en sak om hvilke grep som kan gjøres for å styrke makta til den lokale kjøpmannen i forhold til kjedene som vedkommende har avtaler med, blant annet for å stimulere til mer variert og lokalt prega vareutvalg.

Forslag fra Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti:

Forslag 13

Stortinget ber regjeringen innføre krav om at rabatter som oppnås i forhandlingene mellom leverandører og kjeder følger varen og kommer forbrukeren til gode.

Forslag fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt, Venstre og Miljøpartiet De Grønne:

Forslag 14

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre bestemmelser i konkurranselovgivningen som forbyr krysssubsidierting mellom kjedekontrollerte og uavhengige merkevarer og varegrupper.

Forslag 15

Stortinget ber regjeringen gjennomføre en utredning av prisutviklingen på kjedekontrollerte merkevarer sammenlignet med prisutviklingen på sammenlignbare uavhengige merkevarer.

Forslag fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne:

Forslag 16

Stortinget ber regjeringen fremme forslag til endringer i konkurranselovgivningen om et forbud mot urimelige kontraktsvilkår i leverandørforhold, herunder et totalforbud mot hylleplassbetaling for basismatvarer og forbud mot hylleplassavgifter for øvrige varer som ikke er direkte knyttet til dokumenterbare kostnader.

Forslag 17

Stortinget ber regjeringen innføre krav om at dagligvarekjeder med sterk markedsstilling må rapportere om standardbetingelser for innkjøp til tilsynsmyndighetene, herunder rabattstrukturer, betalingsbetingelser og leveringsvilkår, for å motvirke urimelig prisdiskriminering mellom aktører.

Forslag 18

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre regulering av joint marketing-avtaler i konkurranselovgivningen for å sikre at leverandører får reell motytelse for sine bidrag, forslag om forbud mot ensidige endringer i leverandøravtaler samt forslag om forbud mot hemmelige eksklusivitetsavtaler som hindrer effektiv konkurranse.

Forslag 19

Stortinget ber regjeringen fremme forslag til en utvidelse av konkurranselovgivningen som skal sikre at kjeder med sterk markedsstilling i grossist- og distribusjonsvirksomhet plikter å gi alle aktører i dagligvaremarkedet tilgang til sine grossist- og distribusjonstjenester på ikke-diskriminerende vilkår.

Forslag 20

Stortinget ber regjeringen utarbeide forskrift til konkurranselovgivningen om kostnadsbasert prissetting for grossist- og distribusjonstjenester, med standardiserte avtalevilkår for tilgang og transparente prismodeller, som sikrer likebehandling mellom kjedeledets egne butikker og eksterne aktører.

Forslag 21

Stortinget ber regjeringen gi Konkurransetilsynet og Dagligvaretilsynet utvidet mandat og tilstrekkelige ressurser til å overvåke, kontrollere og håndheve etterlevelsen av tilgangsfplikter i grossistledet.

Forslag 22

Stortinget ber regjeringen fremme forslag til utvidelse av konkurranselovgivningen for å etablere et rammeverk for utpeking av kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet. En kjede skal anses å ha sterk markedsstilling når kjeden alene eller sammen med andre har økonomisk styrke i et relevant marked som gjør at kjeden i stor grad kan opptre uavhengig av konkurrenter, leverandører, kunder og forbrukere.

Forslag 23

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre krav i konkurranselovgivningen om regnskapsmessig og funksjonelt skille mellom grossist-/distribusjonsvirksomhet og øvrig virksomhet for kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet.

Forslag 24

Stortinget ber regjeringen utrede konkrete modeller for oppsplitting av kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet, herunder vertikal oppsplitting, horisontal oppsplitting etter butikkkonsepter, eller kombinasjoner av disse, og komme tilbake til Stortinget med en vurdering av hvilken modell som vil være mest hensiktsmessig for å motvirke uønsket maktkonsentrasjon i dagligvarehandelen.

Forslag 25

Stortinget ber regjeringen utrede og fremme forslag til endring av konkurranselovgivningen som gir Konkurransetilsynet hjemmel til å pålegge en tilbyder med sterk markedsstilling i nasjonal dagligvarehandel å redusere sin markedsandel gjennom avhending av deler av virksomheten når det er nødvendig for å fremme bærekraftig konkurranse. Eksisterende aktører som blir utpekt med sterk markedsstilling, gis en rimelig tidsfrist til å tilpasse seg kravet.

Forslag 26

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre bestemmelser i konkurranselovgivningen som gir Konkurransetilsynet hjemmel til å regulere andelen kjedekontrollerte merkevarer i øvrige produktkategorier når dette er nødvendig for å sikre leverandørmangfold og effektiv konkurranse i dagligvaremarkedet.

Forslag 27

Stortinget ber regjeringen innføre krav om fysisk separasjon eller tydelig visuell differensiering mellom kjedekontrollerte merkevarer og uavhengige merkevarer i butikkhyllene, for å sikre at forbrukerne kan ta informerte valg.

Forslag 28

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å styrke vernet mot etterligninger i konkurranselovgivningen, og gi Dagligvaretilsynet mandat og ressurser til oppretting av saker på eget initiativ.

Forslag 29

Stortinget ber regjeringen utarbeide forskrift til konkurranselovgivningen som forbyr at dagligvareaktører forskjellsbehandler egne merkevarer og uavhengige merkevarer med hensyn til hylleplassering, priskalkyler og markedsføring.

Forslag 30

Stortinget ber regjeringen innføre krav om at rabatter oppnådd gjennom varestrømmen, eksempelvis varelinjerabatter, volumrabatter og felles markedsføring (joint marketing) skal komme forbrukeren til gode.

Forslag 31

Stortinget ber regjeringen etablere og styrke offentlige støtteprogram for utvikling av alternative omsetningskanaler for mat, herunder matmarkeder, bondens marked og direktesalgsplasser, samt forenkle regelverket for småskalaprodusenter.

Forslag 32

Stortinget ber regjeringen gi Konkurransetilsynet myndighet til å utstede midlertidige pålegg om opphør av potensielt skadelig praksis mens en sak er under utredning, for å hindre irreversible konkurranseskader i verdikjeden.

Forslag 33

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å gi Konkurransetilsynet utvidede sanksjonshjemler i konkurranselovgivningen og etablere et eget analysemiljø for kontinuerlig overvåking av prisutvikling og konkurranseforhold.

Forslag 34

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om forbud mot samarbeidsavtaler mellom dagligvarekjeder som begrenser konkurransen, herunder avtaler om ikke å etablere seg i samme geografiske områder, og krav om at alle eksisterende og fremtidige samarbeidsavtaler mellom kjeder må meldes til og godkjennes av Konkurransetilsynet.

Forslag 35

Stortinget ber regjeringen sikre at Dagligvaretilsynet gis hjemmel til å behandle saker i alle ledd av dagligvaresystemet.

Forslag fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt:*Forslag 36*

Stortinget ber regjeringen sette ned et utvalg for å utrede og skille ut grossist- og distribusjonsleddet fra kjedeledet for å bedre konkurransen, uten at dette skader effektiviteten i verdikjeden.

Forslag 37

Stortinget ber regjeringen fastsette tekniske krav i forskrift til konkurranselovgivningen for å sikre interoperabilitet mellom ulike aktørers systemer i grossist- og distribusjonsvirksomhet.

Forslag 38

Stortinget ber regjeringen utrede lovendringer som vil gi Konkurransetilsynet makt til å tvinge selskaper med for stor markedsandel til å selge deler av virksomheten sin for å redusere sin dominans i markedet. Her-

under oppsplitting av kjeder og eierskap i matforedlingsindustrien.

Forslag 39

Stortinget ber regjeringen regulere andelen kjedekontrollerte merkevarer til å maksimalt utgjøre 30 pst. av omsetningen, samt forby forskjellsbehandling av egne merkevarer og andre merkevarer mht. plassering og markedsføring.

Forslag 40

Stortinget ber regjeringen fremme forslag til utvidelse av konkurranselovgivningen med bestemmelser som gir Konkurransetilsynet hjemmel til å fastsette særskilte begrensninger for andelen kjedekontrollerte merkevarer (derav EMV) i kritiske produktkategorier for norsk matberedskap og selvforsyning, som kjøtt, meieri, egg, kornprodukter og grønnsaker, da en høy andel kjedekontrollerte merkevarer i disse.

Forslag 41

Stortinget ber regjeringen styrke støtteordninger for alternative salgskanaler og småskalaprodusenter.

Forslag 42

Stortinget ber regjeringen etablere transparens og begrensninger for joint marketing-avtaler, herunder krav om registrering i offentlig register, rapportering av omfang og bruk av markedsføringsmidler, maksimalgrenser for bidrag som andel av omsetningsverdi, og krav om at hovedandelen må gå til dokumenterbare markedsføringstiltak.

Forslag fra Rødt:*Forslag 43*

Stortinget ber regjeringen vurdere eiermessig skille mellom grossist- og detaljistvirksomhet i dagligvaresektoren.

Forslag 44

Stortinget ber regjeringen fremme forslag til regulering av dagligvarekjedenes eierskap i matforedlingsindustrien, særlig innen kritiske kategorier for norsk matberedskap, når slikt eierskap svekker konkurransen eller fører til uforholdsmessig maktkonsentrasjon i verdikjeden.

Forslag 45

Stortinget ber regjeringen fremme forslag som etablerer hjemmel for et digitalt salgsdataregister som gir leverandører tilgang til salgsinformasjon om egne produkter på tvers av alle kjeder, samtidig som det sikrer at forskere får tilgang til anonymiserte prisdatasett for analyseformål og at forbrukere får bedre innsikt i prisutviklingen på tvers av kjeder.

Forslag 46

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om offentlig merkeordning for ultraprosesserte matvarer.

Forslag 47

Stortinget ber regjeringen sette ned utvalg for å utrede innretning og virkning av et offentlig grossist-, distribusjon-, og detaljistledd, for distribusjon og salg av matvarer og landbruksprodukter, i samarbeid med landbrukssamvirkene og landbrukets organisasjoner.

Forslag 48

Stortinget ber regjeringen innføre forskrift til krav om åpenhet om marginfordeling i verdikjeden for utvalgte basismatvarer, for å synliggjøre hvordan verdiskapingen fordeles mellom primærprodusent, industri og dagligvareledd.

Forslag 49

Stortinget ber regjeringen etablere en ordning for anonyme varsler med reell varslerbeskyttelse for leverandører og kjøpmenn som frykter represalier ved å melde fra om brudd på regelverket i dagligvarebransjen.

Forslag 50

Stortinget ber regjeringen fremme forslag som skal sikre rettighetene til franchisetakere, kjøpmenn og andre selvstendig ansvarlige butikkinnehavere i kontraktsforhold med kjedene, med etablering av rammer for balanserte driftsavtaler og standardiserte kontraktsvilkår i dagligvarebransjen. Konkurransetilsynet skal gis hjemmel til å fastsette slike standarder og føre tilsyn med etterlevelsen.

Forslag 51

Stortinget ber regjeringen fremme forslag som sikrer kontraktsforhold mellom kjedene og franchisetake-

re, kjøpmenn og andre selvstendig ansvarlige butikkinnehavere med transparente og balanserte vilkår. Dette skal omfatte at rabatter og bonuser tilfaller butikkleddet, mulighet for å ta inn lokale produkter, rimelige konkurranseklausuler, opplysningsplikt ved avtaleinngåelse, rettfærdige vilkår for fornyelse og opphør, samt etablering av tvisteløsningsmekanismer.

Forslag 52

Stortinget ber regjeringen utrede delt arbeidsgiveransvar mellom kjeder og kontraktstilknyttede butikkinnehavere, samt sikre arbeidstakeres organisasjons- og forhandlingsrett i slike virksomheter. Det skal også vurderes rett til arbeidstakerrepresentasjon i kjedenes besluttede organer der driften i vesentlig grad skjer gjennom franchisetakere, kjøpmenn eller tilsvarende modeller.

Komiteens tilråding

Komiteens tilråding fremmes av medlemmene i komiteen fra Arbeiderpartiet, Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre.

Komiteen har for øvrig ingen merknader, viser til representantforslaget og rå Stortinget til å gjøre følgende

vedtak:

Dokument 8:191 S (2024–2025) – Representantforslag fra stortingsrepresentantene Geir Jørgensen, Marie Sneve Martinussen, Tobias Drevland Lund og Mimir Kristjánsson om å åpne grossistleddet, og sikre en mer rettferdig dagligvarehandel – vedtas ikke.

Oslo, i næringskomiteen, den 15. mai 2025

Erling Sande

leder

Kari Elisabeth Kaski

ordfører



Stortingets næringskomite

Deres ref

Vår ref

Dato

25/2704-

30. april 2025

Dokument 8:191 S (2024–2025) - representantforslag om å åpne grossistleddet og sikre en mer rettferdig dagligvarehandel

Jeg viser til brev av 13. april 2025 der Stortingets næringskomité ber om min uttalelse til representantforslag 191 S (2024–2025) fra stortingsrepresentantene Geir Jørgensen, Marie Sneve Martinussen, Tobias Drevland Lund og Mímir Kristjánsson om å åpne grossistleddet og sikre en mer rettferdig dagligvarehandel.

I utarbeidelsen av svaret er det innhentet innspill fra Arbeids- og inkluderingsdepartementet, Barne- og familiedepartementet, Helse- og omsorgsdepartementet og Landbruks- og matdepartementet.

Konkurransesituasjonen i dagligvarebransjen

Jeg deler representantenes bekymring om konkurransesituasjonen i dagligvarebransjen, som er utfordrende. Noen få aktører dominerer markedene, og det er vanskelig for små og nye aktører å etablere seg. Norske forbrukere møter høyere priser og mindre utvalg i dagligvarehyllene sammenlignet med forbrukere i andre land. Nylig oppdaterte tall om inflasjon viser at prisene for matvarer og alkoholfri drikke økte med 8,7 prosent det siste året (mars 2024–mars 2025).¹

I Konkurransetilsynets Dagligvarerapport for 2024 framgår det at dagligvarekjedenes markedsandeler har vært relativt stabile de siste årene.² NorgesGruppen ASA (NorgesGruppen) har størst markedsandel på landsbasis, men har hatt en reduksjon fra 44,1 prosent i 2020 til 43,5 prosent i 2024. Coop Norge SA (Coop) og Reitan Retail AS (Rema 1000) har en markedsandel på henholdsvis 29,2 og 23,9 prosent i 2024. På leverandørleddet er det også høy konsentrasjon innen en rekke produktkategorier.

¹ [Konsumprisindeksen – SSB](#)

² [Rema aukar mest i marknadsselar, NorgesGruppen opplever nedgang - Konkurransetilsynet](#)

Samlet er det grunn til bekymring for at konkurransen i dagligvarebransjen ikke er så god som den kan og bør være. Regjeringen jobber med å legge til rette for bedre konkurranse i dagligvarebransjen. Den 1. februar 2023 ble regjeringens «10-punktsplan for bedre utvalg og lavere priser i matbutikken»³ lagt fram. Planen omhandlet blant annet kartlegging av marginer og lønnsomhet til aktører i dagligvarebransjen, nye virkemidler til Konkurransetilsynet, tiltak knyttet til vertikal integrasjon, egne merkevarer (EMV) og prissettingen i markedene, og styrking av Dagligvaretilsynet. De fleste av disse tiltakene er gjennomført. Regjeringen jobber med ytterligere tiltak, og planlegger å legge fram en oppdatert tiltaksplan i løpet av våren.

Åpning av grossistleddet for en mer rettferdig varehandel (forslag 1–4)

Manglende tilgang til grossist- og distribusjonstjenester kan føre til utestengelser i verdikjeden for mat. Dette kan bidra til at det blir vanskeligere å etablere seg og føre til svekket konkurranse. Etableringshindringer kan blant annet oppstå som følge av stordriftsfordeler og vertikal integrasjon. Samtidig er det uklart i hvilken grad dette utgjør en konkurranseutfordring i dagligvarebransjen.

I rapporten «Kartlegging av tilgang til dagligvaregrossisttjenester»⁴ viser Menon Economics (Menon) til at de ikke har kunnet påvise en markedssvikt i grossistmarkedet for dagligvarer som tilsier at tilgangen til slike tjenester bør reguleres. Menon fant ikke tegn til at detaljister eller leverandører nektes tilgang til grossisttjenester. Videre vises det til flere positive trender i grossistmarkedet, blant annet trekkes det fram at konkurransepresset har økt gjennom etablering av Kolly AS og DLVRY AS. Enkelte detaljister vurderer at det er en positiv utvikling i tilgangen på grossisttjenester, enkelte vurderer at tilgangen sannsynligvis er bedre enn noen gang.

Menon fant også at det er enkelte utfordringer i tilgangen til grossist- og distribusjonstjenester. Blant annet varierer det om detaljister og leverandører opplever at vilkårene for tilgang er konkurransedyktig. For små detaljister er ASKO i mange tilfeller det eneste alternativet. Flere leverandører oppga at de opplever at det ikke finnes et marked for grossisttjenester, og at de er pålagt å bruke dagligvarekjedenes grossister, noe leverandørene peker på at gir kjedene stor forhandlingsmakt. Flere leverandører opplever også at distribusjonspåslagene er høye, og mistenker høyere påslag for leverandørenes merkevarer enn for EMV.

Basert på Menons kartlegging er det ikke åpenbart at det er behov for å regulere tilgangen til grossist- og distribusjonstjenester i dagligvarebransjen. Blant annet kan etableringene av Kolly AS og DLVRY AS vise at mekanismene i markedet fungerer, og at nye aktører velger å etablere seg uten behov for myndighetsregulert tilgang.

³ [Regjeringens 10-punktsplan for bedre utvalg og lavere priser i matbutikken - regjeringen.no](https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/10-punktsplan-for-bedre-utvalg-og-lavere-priser-i-matbutikken/id2882444/)

⁴ [Rapport om tilgang til grossisttjenester i dagligvarebransjen - regjeringen.no](https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/rapport-om-tilgang-til-grossisttjenester-i-dagligvarebransjen/id2882444/) (skrevet på oppdrag for Nærings- og fiskeridepartementet)

En mulig måte å regulere tilgang til grossist- og distribusjonstjenester i dagligvarebransjen på, er å regulere det i lov om god handelsskikk. Dersom disse tjenestene skal reguleres, er det imidlertid flere viktige momenter som må tas hensyn til. En fordel ved å pålegge aktører av en viss størrelse å gi tilgang til uavhengige leverandører og detaljister kan være at flere aktører får tilgang til grossist- og distribusjonstjenester til konkurransedyktige betingelser, og dermed gjøre etablering lettere. På den andre siden kan en slik regulering redusere insentivene til å opprette nye grossistvirksomheter, ettersom uavhengige aktører allerede vil være sikret tilgang. Videre kan en slik regulering svekke dagligvarekjedenes insentiver til å effektivisere driften i grossistvirksomhetene, fordi effektivitetsgevinster også vil tilfalle konkurrerende detaljister og leverandører. Mindre effektivisering kan igjen føre til høyere priser og lavere kvalitet på varer til forbrukere. Hvis vi forhaster oss og innfører inngripende tiltak uten at konsekvensene er vurdert grundig, kan det skade konkurransen i markedet.

Når det gjelder forslag om utvidet mandat til Konkurransetilsynet og Dagligvaretilsynet (forslag 4), vil jeg vise til at disse tilsynene allerede i dag har mulighet til å overvåke, kontrollere og håndheve tilgangsforskrifter i grossistledet, dersom de vurderer at de bryter med eller kan bryte med bestemmelser i konkurranseloven eller lov om god handelsskikk. Når markedsetterforskning i konkurranseloven trer i kraft 1. juli 2025, vil Konkurransetilsynet ha et ytterligere virkemiddel til å undersøke ulike problemstillinger i dagligvarebransjen.

Strukturelle grep mot maktkonsentrasjon i dagligvarehandelen (forslag 5–10)

Stortinget behandlet i november 2023 Dok. 8:268 S (2022–2023) Representantforslag om eierskapsbegrensninger i dagligvarebransjen (forslag fra representantene Geir Jørgensen og Marie Sneve Martinussen). Det ble blant annet foreslått å gi Konkurransetilsynet myndighet til å bryte opp og sanksjonere dominerende aktører, og øvre tak på erverv for dominerende aktører. Forslagene ble ikke vedtatt, blant annet på bakgrunn av forslagenes inngripende karakter, og at eierskapsbegrensninger ikke vil løse de sammensatte konkurranseproblemene i dagligvarebransjen. Forslagene i representantforslaget fra 2023 har flere likhetstrekk med forslagene representantene nå foreslår.

Å bryte opp aktører eller begrense hvor mye en aktør kan vokse, er svært inngripende tiltak og medfører en risiko for motsatt effekt av hva representantenes forslag har som hensikt. Det kan påvirke insentivene aktører har til å konkurrere hardt og kan forhindre erverv og avtaler som er konkurransefremmende. Dette kan redusere konkurransen i markedet totalt sett, med de konsekvenser det har for effektiv ressursbruk, verdiskaping og markedspriser. Det er ikke forbudt for dominerende aktører å konkurrere hardt. Også i markeder med én eller flere dominerende aktører vil forbrukerne være tjent med at aktørene våger å konkurrere hardt. Et dominerende foretak har imidlertid et ansvar for å ikke opptre på en måte som skader konkurransen. Å gripe inn i eksisterende eierforhold eller begrense aktørers vekstmuligheter bør kun vurderes, dersom andre tiltak for å styrke konkurransen ikke gir resultater, og det er godt underbygget at det vil føre til ønsket resultat.

Dagligvarekjedenes eierskap i matindustrien kan ha både positive og negative effekter på konkurransen. Vertikal integrasjon kan gi kostnadsbesparelser blant annet som følge av at

det blir færre ledd i verdikjeden som skal ha egne marginer. Samtidig kan begrenset konkurranse redusere insentivene til å la kostnadsbesparelsene slå fullt ut i prisene til husholdningene. Tiltaket som foreslås er svært inngripende, og kan ha utilsiktede konsekvenser i form av økte kostnader og redusert effektivitet. Det vil også kunne være utfordrende å vurdere i hvilke tilfeller «slikt eierskap svekker konkurransen eller fører til uforholdsmessig maktkonsentrasjon i verdikjeden».

Det følger av konkurranseloven § 8 at Konkurransetilsynet er et uavhengig forvaltningsorgan. Paragrafen slår fast at regjeringen eller departementet ikke kan instruere Konkurransetilsynet i enkeltsaker og heller ikke instruere om hvordan myndigheten etter loven skal utøves. Dette innebærer at Konkurransetilsynet ikke kan instrueres til å legge til grunn at det foreligger skade på konkurransen i dagligvarebransjen over bestemte nivåer på eierskap mv. i sin håndheving av loven. Regjeringen og departementet kan imidlertid gi generelle konkurransepolitiske føringer og forskrifter som supplerer konkurranseloven.

Representantene viser til at konkurranseloven § 12 gir mulighet for strukturelle tiltak ved konkurransebegrensende atferd. En viktig forutsetning er imidlertid at det er påvist brudd på konkurranselovens forbudsbestemmelser (§ 10 og/eller § 11). Dersom forbudsbestemmelsen(e) i konkurranseloven er brutt kan Konkurransetilsynet pålegge foretak å bringe overtredelsen til opphør. Et slikt pålegg om opphør kan blant annet omfatte strukturelle tiltak. Strukturelle tiltak regnes imidlertid som særlig inngripende og kan kun pålegges dersom det ikke finnes andre like effektive atferdsregulerende tiltak eller dersom atferdsregulerende tiltak vil være mer byrdefulle for foretaket.

I desember 2024 vedtok Stortinget endringer i konkurranseloven om innføring av markedsetterforskning, og reglene trer i kraft 1. juli 2025.⁵ Endringene gir Konkurransetilsynet mulighet til å gjennomføre en markedsetterforskning i markeder hvor det foreligger forhold som tilsier at konkurransen er eller står i fare for å bli vesentlig begrenset. Dersom tilsynet etter å ha gjennomført en grundig undersøkelse av markedet avdekker forhold som vesentlig begrenser eller er egnet til å vesentlig begrense konkurransen, kan tilsynet vedta avhjelpende tiltak. Tiltakene kan være både atferdsregulerende og strukturelle. Det er ikke krav om at det er påvist eller foreligger mistanke om brudd på konkurranselovens forbudsbestemmelser slik som etter § 12. Også for markedsetterforskning kan strukturelle tiltak kun pålegges, dersom det ikke finnes like effektive atferdsregulerende tiltak, eller hvis atferdsregulerende tiltak vil være mer byrdefullt for foretaket.

I motsetning til forslagene i representantforslaget vil en markedsetterforskning kreve en konkret vurdering av konkurranseforholdene i det enkelte tilfelle og tiltak som er tilpasset disse. Dette vil derfor kunne gi mer treffsikre tiltak, mens mer generelle tiltak som i forslagene fra representantene vil ha usikre virkninger, og kan i verste fall føre til mindre, ikke mer, konkurranse. Markedsetterforskning, som gir Konkurransetilsynet, på bakgrunn av

⁵ [Prop. 118 L \(2023–2024\) - regjeringen.no](#)
[Innst. 62 L \(2024-2025\) - stortinget.no](#)

grundige vurderinger, adgang til å utforme tilpassede tiltak vil være et mer hensiktsmessig og treffsikkert verktøy for å oppnå bedre konkurranse, lavere priser og mer produktutvalg.

Videre er det slik at Konkurransetilsynet etter konkurranseloven § 16 skal forby foretakssammenslutninger som i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse, særlig som et resultat av at en dominerende stilling skapes eller styrkes. Konkurransetilsynet har også innført utvidet plikt for dagligvarekjedene til å opplyse om alle fusjoner, oppkjøp og erverv av andeler på konsernnivå.⁶

Ved behandlingen av Meld. St. 27 (2019–2020) *Daglegvare og konkurranse – kampen om kundene*, jf. Innst. 185 S (2020–2021), fattet Stortinget vedtak nr. 573 av 4. februar 2021 som «*ber regjeringen stille krav om regnskapsmessig og funksjonsmessig skille mellom leddene i verdikjeden i dagligvarebransjen*». Dette vedtaket omfatter samtlige ledd i verdikjeden, og er mer omfattende enn representantenes forslag. Anmodningsvedtaket er blant annet omtalt i Prop. 1 S (2024–2025) *Nærings- og fiskeridepartementet*. Regjeringen arbeider med å følge opp anmodningsvedtaket.

Regulering av kjedekontrollerte merkevarer (forslag 11–19, 23 og 27)

Som del av oppfølgingen av regjeringens tipunktsplan, og Stortingets vedtak nr. 607 av 31. mai 2022, har det blitt gjennomført en kartlegging av omfanget av dagligvarekjedenes egne merkevarer (EMV), og en analyse av virkningene av EMV. Kartleggingen og analysen ble gjennomført av Samfunnsøkonomisk Analyse AS (SØA), på oppdrag for Nærings- og fiskeridepartementet.⁷ Rapportene viser at om lag 20 prosent av dagligvarene hos de tre store dagligvarekjedene var EMV i 2022. I 2017 var tilsvarende andel 17 prosent. Til tross for at EMV-andelen i Norge har økt, er den lav sammenlignet med andre land i Europa. SØA kartla også omfanget av tilknyttede merkevarer (TMV), som er varemerker som er tilknyttet dagligvarekjedene, men i mindre grad enn EMV. SØA fant at andelen av TMV økte fra 7,8 prosent i 2017, til 8,4 prosent i 2022. SØA konkluderte videre med at EMV har hatt positive virkninger på konkurransen i det norske dagligvaremarkedet, og forbrukernes valgmuligheter. Uheldige virkninger kan oppstå på lengre sikt, men risikoen for dette reduseres så lenge det er tilstrekkelig konkurranse mellom handelsaktørene. SØA anbefalte at overvåking av utviklingen i EMV og andre merkevarekategorier videreføres.

Konkurransetilsynet har fått i oppdrag å gjennomføre årlige kartlegginger av utviklingen i EMV og andre merkevarekategorier, samt selskapsstrukturer og markedsandeler i dagligvarebransjen. Overvåkingen gir mulighet til å følge med på utviklingen i omfanget av EMV og andre merkevarekategorier, og grunnlag for å vurdere ytterligere tiltak dersom utviklingen tilsier det.

Det kan være flere utfordringer for uavhengige leverandører i konkurransen med EMV, men å begrense andelen EMV er inngripende, og det er uklart hvordan dette er tenkt regulert og håndhevet. EMV produseres også basert på norske jordbruksvarer, og er således ingen

⁶ [Fornytt opplysningsplikt til aktører i konsentrerte markeder - Konkurransetilsynet](#)

⁷ [Her er rapportene om egne merkevarer og vertikal integrasjon - regjeringen.no](#)

vesentlig trussel for norsk selvforsyning og matberedskap. Det er derfor usikkert hvordan representantenes forslag om å begrense andelen EMV er egnet til å styrke primærprodusentenes forhandlingsposisjon. Konkurranseloven har som formål å fremme konkurranse for å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser, ikke ivareta hensyn til matvareberedskap og selvforsyning. Dersom andelen EMV skal begrenses av hensyn til matberedskap og selvforsyning, er ikke konkurranseloven egnet for dette formålet.

Gjennom markedsetterforskning kan Konkurransetilsynet gripe inn mot problemstillinger knyttet til EMV, dersom tilsynet etter en grundig vurdering kommer fram til at det er behov for tiltak. En hjemmel for Konkurransetilsynet til å regulere andelen kjedekontrollerte merkevarer i ulike produktkategorier (forslag 12), framstår derfor ikke som nødvendig.

Når det gjelder forslag om krav til fysisk separasjon eller tydelig visuell differensiering mellom kjedekontrollerte merkevarer og uavhengige merkevarer i butikkhyllene (forslag 13), er det uklart hvordan forslaget er ment å fungere i praksis. Det fremstår som svært inngripende og lite arealeffektivt å skulle pålegge dagligvarebutikker å dele inn sine butikklokaler etter hvor det selges EMV og varer og produkter fra uavhengige leverandører. Dette vil øke kostnadene ved å drifte dagligvarebutikker og kan føre til høyere priser til forbrukere. I en tid med økende priser på dagligvarer, bør vi være varsomme med å innføre reguleringer som vil øke kostnadene til dagligvarebutikkene. Se også kommentarene nedenfor om merkeordninger for EMV (forslag nr. 23 og 27).

Representantene foreslår tiltak for å styrke leverandørens vern mot etterligninger (forslag 14 og 17). Vern mot etterligning følger generelt av markedsføringsloven § 30 og spesielt for dagligvarebransjen av lov om god handelsskikk § 9. Dagligvaretilsynet kan gripe inn mot brudd på lov om god handelsskikk § 9, både på bakgrunn av tips og eget initiativ. I tillegg kan Konkurransetilsynet gripe inn mot etterligning med hjemmel i konkurranseloven, dersom dette innebærer enten misbruk av dominerende stilling eller konkurransebegrensende avtaler. Det er derfor neppe manglende hjemmel som er årsaken, dersom få saker forfølges for tilsynsmyndigheter, Næringslivets konkurranseutvalg eller domstolene. Å innføre enda en regel om etterligning i konkurranseloven vil neppe bidra til bedre beskyttelse eller mer effektiv håndhevelse. Derimot kan det skape usikkerhet om rollefordelingen mellom håndhevingsorganene og også om rekkevidden av de forskjellige bestemmelsene.

På oppdrag fra Nærings- og fiskeridepartementet har Konkurransetilsynet gjennomført en kartlegging av marginer på produktnivå i dagligvarebransjen.⁸ Konkurransetilsynet sammenstilte priser og marginer for uavhengige merkevarer, og sammenlignbare EMV-produkter, innenfor ulike produktkategorier. En utredning som gir informasjon om prisutviklingen på EMV, sammenlignet med prisutviklingen på sammenlignbare uavhengige merkevarer, slik representantene etterspør (forslag 15), er således allerede gjennomført.

⁸ [Stor skilnad på inntening mellom ulike daglegvareprodukt - Konkurransetilsynet](#)

Konkurransetilsynets kartlegging avdekket at marginene varierer mye både for leverandørenes merkevarer og for EMV.⁹ Konkurransetilsynet vurderte at kartleggingen ikke ga grunnlag for å si noe om hvorvidt dagligvarekjedene krysssubsidierer mellom EMV og uavhengige merkevarer. Det kan likevel ikke utelukkes at slik krysssubsidiering forekommer. Krysssubsidiering og annen forskjellsbehandling til fordel for EMV er ikke nødvendigvis til skade for konkurransen i dagligvarebransjen. Dagligvarekjeder kan for eksempel velge å prise et EMV-produkt lavt når kjeden lanserer produktet, for å få flere forbrukere til å prøve det. Videre kan kjedene velge å selge EMV som et billig alternativ til produktene fra uavhengige leverandører, slik at kunder med lav inntekt eller lav betalingsvillighet har et godt alternativ. Slik forskjellsbehandling gir dagligvarekjedene muligheten til å tilby forbrukerne et mer attraktivt dagligvaretilbud og kan være effektivitetsfremmende. Dersom det skal innføres et forbud mot forskjellsbehandling til fordel for EMV, slik representantene foreslår (forslag 16 og 18), er det viktig at dette utredes og vurderes nøye for å unngå at det fører til et dårligere dagligvaretilbud og høyere priser.

Forskjellsbehandling til fordel for EMV kan også være til skade for konkurransen, slik representantene er inne på, dersom det fører til at uavhengige leverandører ekskluderes. Konkurransetilsynet har imidlertid hjemmel til å gripe inn mot slik konkurranseskadelig atferd i konkurranseloven.

I Stortingets anmodningsvedtak nr. 607, vedtatt 31. mai 2022, bes regjeringen om å vurdere en begrunnelsesplikt ved forskjeller i påslag mellom EMV og uavhengige merkevarer. Representantene foreslår en slik begrunnelsesplikt for store forskjeller (forslag 19). SØA vurderte i sin utredning av virkningene av EMV at det kan være gode grunner til at påslag varierer mellom ulike produkter, blant annet forskjeller i produktenes egenskaper. Videre kan en rapporteringsplikt bidra til økte administrative kostnader for dagligvarekjedene, noe som potensielt kan påvirke prisene ut mot forbruker. Som omtalt over er ikke forskjellsbehandling mellom EMV og uavhengige merkevarer nødvendigvis til skade for konkurransen. En generell begrunnelsesplikt slik representantene foreslår framstår derfor ikke hensiktsmessig.

Representantforslaget inneholder forslag (nr. 23 og 27) om merkeordninger for EMV. Det vises i denne sammenheng til anmodningsvedtak nr. 606 av 31. mai 2022, der Stortinget ber regjeringen om å utarbeide et regelverk som pålegger kjedene en felles merkeordning for EMV, med kjedenavnet, produsent og opprinnelsesland. Anmodningsvedtaket og regjeringens arbeid med oppfølgingen er omtalt i Prop. 1 S (2024–2025) *Nærings- og fiskeridepartementet*. Her fremgår det blant annet at de største kjedene har opplyst om at de allerede i all hovedsak merker EMV med kjedenavn, produsent og produktets opprinnelsesland. Videre informeres det om at det for matvarer særlig er matloven med forskrifter som fastsetter krav til hvordan matvarer skal merkes, og at regelverket om merking av mat i all hovedsak er EØS-basert. Norge er gjennom EØS-avtalen bundet av EUs forordning om matinformasjon til forbrukerne, med utfyllende regelverk, som er gjennomført i matinformasjonsforskriften. Ettersom forordningen harmoniserer hvilke obligatoriske opplysninger som matvarer skal merkes med knyttet til hvem som er ansvarlig for produktet,

⁹ [Stor skilnad på inntening mellom ulike daglegvareprodukt - Konkurransetilsynet](#)

begrenser det mulighetene for å gi nasjonale merkeregler om dette. Det er også begrenset adgang til å gi nasjonale regler om opprinnelsesmerking, ettersom dette reguleres i forordningen. I rapporteringen på anmodningsvedtaket vises det til at Nærings- og fiskeridepartementet og Helse- og omsorgsdepartementet vil avklare saken videre, og komme tilbake til Stortinget på egnet måte.

Tiltak for åpenhet, forbrukermakt og en mer rettferdig dagligvarehandel (forslag 20–22, 24–26 og 28)

Representantene foreslår at regjeringen bes fremme et forbud mot skjulte prisøkninger, for eksempel krympflasjon (forslag 20). Krympflasjon innebærer at innholdet i varen krymper mens prisen enten forblir den samme eller øker.¹⁰ Dersom prisen forblir den samme, men innholdet reduseres, kan det bidra til at det er vanskeligere for forbrukerne å fange opp at prisen på varen reelt sett har økt. Prisopplysningsforskriften¹¹ har regler for næringsdrivendes prisopplysning til forbrukere. Markedsføringsreglene generelt totalharmoniserte EU-regler, og det er som hovedregel ikke nasjonalt handlingsrom for å vedta andre nasjonale regler. Samtidig er det i strid med markedsføringsloven å bevisst villedde forbrukerne med tanke på pris, kvalitet eller mengde. Hvorvidt «krympflasjon» er villedende, må vurderes konkret fra sak til sak. Det er Forbrukertilsynet som fører tilsyn med markedsføringsloven.

Intensjonen og målet med representantenes forslag om at rabatter som leverandører og dagligvarekjeder avtaler skal komme forbrukere til gode (forslag 21), er god. Forslaget ligner også på Stortingets anmodningsvedtak fra 4. februar 2021 nr. 574. Det er ulike måter rabatter kommer og kan komme forbrukere til gode, og det er ikke gitt at en offentlig regulering av dette vil gi ønsket resultat. Effektiv konkurranse mellom aktører, og i dette tilfellet aktører i dagligvarebransjen, er viktig for at nettopp forbrukerne skal nyte godt av rabatter aktørene i bransjen fremforhandler og ikke skal betale mer for maten enn de må.

Tiltak som senker etableringshindringer gjør det lettere for nye aktører å konkurrere effektivt med de etablerte aktørene, og kan bidra til at rabatter kommer forbrukerne til gode. Regjeringen har iverksatt flere tiltak for nettopp å senke etableringshindringene. Forbudet mot negative servitutter er et eksempel på et slikt tiltak, som trådte i kraft 1.1.2024. Gode butikklokaler er viktig for å kunne konkurrere i dagligvaremarkedet, og negative servitutter forhindrer eller vanskeliggjør bruk av eiendommer til dagligvarevirksomhet. Jeg har også bedt Konkurransetilsynet å prioritere utfordringer som gjelder tilgang til butikklokaler fremover, og tilsynet skal blant annet se på bruken av eksklusive leieavtaler for å hindre tilgang til konkurrenter. Videre gir markedsetterforskning Konkurransetilsynet mulighet til å undersøke og vedta avhjelpende tiltak mot mulige konkurranseutfordringer knyttet til rabatter som detaljister fremforhandler med leverandører, dersom tilsynet finner grunnlag for det.

En mulig måte å regulere bruk av rabatter og felles markedsføring på, er å gjøre det i lov om god handelsskikk. Det er derimot en kompleks oppgave å regulere rabatter og betalinger i forhandlinger mellom leverandører og detaljister. Rabatter og betalinger kan ha både positive

¹⁰ [Hva er krympflasjon? – SSB](#)

¹¹ [Forskrift om prisopplysninger mv. for varer og tjenester - Lovdata](#)

og negative virkninger, avhengig av hvordan de er utformet, motivasjonen bak og konkurransesituasjonen de benyttes i. Gitt de forskjellige virkningene, er det viktig at en mulig regulering er treffsikker. En regulering kan ha utilsiktede konsekvenser ved at det fører til økte etableringshindringer eller fører til høyere kostnader som veltes over på forbrukere. Detaljistene kan også tilpasse seg en slik regulering, for eksempel ved å i større grad gå over til EMV, hvis reguleringen påvirker deres utsikter til fortjeneste på varer fra uavhengige leverandører. Regulering kan da få motsatt effekt av det som er formålet.

Merking av matvarer er detaljert regulert i norsk regelverk, blant annet gjennom forskrift om matinformasjon til forbrukerne. Dette regelverket er i hovedsak basert på tilsvarende regelverk i EU/EØS-området. Norge har få muligheter til å utarbeide nasjonalt regelverk på et område som er harmonisert i EØS-området. Dette vil også være tilfellet for en ev. offentlig merkeordning for ultraprosesserte matvarer, jf. representantenes forslag om en offentlig merkeordning for ultraprosesserte matvarer og initiativ om nasjonale kostholdsråd om ultraprosessert mat (forslag 22).

Høsten 2024 lanserte Helsedirektoratet nye kostråd. Kostrådene bygger i hovedsak på de nordiske ernæringsanbefalingene (NNR) som ble lansert i 2023. NNR er en omfattende kunnskapsoppsummering og er utarbeidet basert på den mest oppdaterte forskningen som finnes om sammenhengen mellom kosthold og helse. I NNR konkluderte forskerne med at det ikke var behov for å formulere noen spesifikke anbefalinger om ultraprosessert mat fordi eksisterende klassifiseringer og anbefalinger om hva som er sunn mat ble vurdert å være tilstrekkelig og det som er best dokumentert. På bakgrunn av dette, ga Helsedirektoratet heller ingen anbefaling om ultraprosessert mat i de norske kostrådene som ble lansert høsten 2024. Det gis imidlertid råd om å velge hele råvarer av fisk, frukt, grønnsaker eller kjøtt, og begrense inntaket av bearbeidet mat med mye mettet fett, salt eller sukker innenfor matvaregrupper der den vitenskapelige dokumentasjonen tilsier det.

Siden Helsedirektoratet nylig har vurdert kunnskapsgrunnlaget om ultraprosessert mat og konkluderer med at det ikke er entydig at ultraprosessering er en hensiktsmessig måte å differensiere matvarer på, er det heller ikke hensiktsmessig å ta initiativ til å utarbeide nasjonale kostråd om ultraprosesserte mat, eller en offentlig merkeordning om ultraprosessert mat. Både Helsedirektoratet og Mattilsynet følger imidlertid utviklingen og diskusjonene om dette i EU og andre relevante fora tett. Det vises ellers til svar på skriftlig spørsmål nr. 15:895 og 15:1715 fra Stortinget om ultraprosessert mat.¹²

Når det gjelder representantens forslag om å etablere og styrke offentlige støtteprogram for utvikling av alternative omsetningskanaler for mat og forenklet regelverk (forslag 24), gis det i dag støtte både til utvikling av alternative omsetningskanaler, og støtte til næringsorganisasjoner som bistår næringen med å utvikle alternative omsetningskanaler. Det gis støtte til Bondens marked på 2,5 mill. kroner, som skal benyttes til aktivitet innenfor organisasjonens virke. I tillegg gis det støtte til Hanen, næringsorganisasjon for virksomheter innen bygdeturisme og gardsmat (2 mill. kroner) og andre relevante næringsorganisasjoner

¹² [Skriftlig spørsmål - stortinget.no](https://www.stortinget.no/Sporsmaal/Skriftlig-sporsmaal-15895) og [Skriftlig spørsmål - stortinget.no](https://www.stortinget.no/Sporsmaal/Skriftlig-sporsmaal-151715)

som kan bistå produsenter med å utvikle alternative salgskanaler. Innovasjon Norge og fylkeskommunene kan gjennom sine landbrukspolitiske virkemidler gi støtte til etablering og utvikling av matmarkeder/ matfestivaler. I tillegg gis det støtte til etablering av produsentnettverk, som f.eks. kan bistå medlemmene med markedsføring, salg og distribusjon, og dermed avlaste risiko for den enkelte produsent.

Det kan være krevende for småskalaprodusenter at det er mange regelverk og krav til dokumentasjon det skal tas hensyn til. Dagens regelverk og dokumentasjonskrav skal ivareta mattrygghet, dyrevelferd, miljøhensyn, HMS mv. og er noe også småskalaprodusenter må forholde seg til for å sikre en forsvarlig drift og et godt omdømme for norsk mat.

I «Oppskrift for mer lokalmat og lokal drikke»¹³ fremgår det bl.a. at det gis støtte til prosjekter innenfor lokalmat innenfor utviklingsprogrammet for landbruks- og reinsdriftsbasert vekst og verdiskaping. Over de ti siste årene (2014–2023) er det gitt tilsagn om 254 mill. kroner til prosjekter innenfor lokalmat og -drikke, i hovedsak vekstfinansiering for å bidra til risikoavlastning hos bedriftene som ønsker å vokse. Over jordbruksavtalen finansieres også kompetansetilbud til lokalmatprodusenter. Det gis òg investerings- og bedriftsutviklingstilskudd til andre landbruksbaserte næringer. Støtte til produksjon av lokalmat og -drikke utgjorde 30 pst. av dette tilskuddet i 2022.

Når det gjelder forslag om et utvalg for å utrede innretning og virkning av et offentlig grossist-, distribusjons- og detaljistledd for distribusjon og salg av matvarer og landbruksprodukter (forslag 25), vil en etablering av offentlige aktører i disse leddene medføre at det offentlige går inn som en kommersiell aktør i dagligvarebransjen. Dette vil sannsynligvis ikke være effektivt, medføre unødvendig byråkrati og reise en rekke statsstøtterettslige problemstillinger. Et offentlig grossist-, distribusjons- og detaljistledd for distribusjon og salg av matvarer og landbruksprodukter vil dermed kunne virke mot sin hensikt og føre til høyere priser for forbrukerne.

Menons kartlegging av tilgangen til grossisttjenester i dagligvarebransjen viste at ingen av detaljistene som ble intervjuet oppga at de hadde blitt nektet tilgang til grossisttjenester, men at det varierte om tilgangen ble gitt på konkurransedyktige vilkår. Det var heller ingen leverandører som oppga at de hadde blitt nektet å levere til grossister, men også her var det variasjoner i hvordan de opplevde avtalevilkårene. De integrerte grossistene oppga at de ønsker å tilby tilgang til uavhengige detaljister ettersom dette øker deres volum og gjør at de kan utnytte skalafordelene i grossisttjenestene i større grad. Videre oppga de integrerte grossistene at de gir samme avtalevilkår til eksterne detaljister som til egne detaljister.

Å etablere en offentlig grossist fremstår dermed som en lite hensiktsmessig måte å løse eventuelle problemer med tilgang på konkurransedyktige vilkår for uavhengige aktører. Offentlige grossist-, distribusjons og detaljistledd for salg av matvarer vil være kostbart, kreve et stort byråkrati og bidra til høyere priser for forbrukere og/eller høye offentlige utgifter. I stedet for å utrede en slik ordning, bør innsatsen heller rettes mot tiltak knyttet til problemer

¹³ [Oppskrift for mer lokalmat og lokal drikke - regjeringen.no](https://www.regjeringen.no/no/tema/landbruk/oppskrift-for-mer-lokalmat-og-lokal-drikke/id2842444/)

som faktisk er avdekket og egnet til å bidra til bedre konkurranse, lavere priser og bedre utvalg for forbrukerne. Jeg viser her til tiltak som regjeringen har gjennomført på dagligvareområdet og pågående utredninger om regulering av tilgang til grossisttjenester i forbindelse med utredning av behov for endringer i lov om god handelsskikk og innføring av markedsetterforskning.

Forslag om digitalt salgsdataregister (forslag 28) ligner på tidligere forslag om og forsøk på å etablere en dagligvareportal. For at et slikt register skal kunne fungere, må hver dagligvarebutikk hyppig rapportere priser til registeret. Dette vil være ressurskrevende og vil kunne føre til høyere kostnader som potensielt kan føre til enda høyere priser på dagligvarer. Grunnen for at slike portaler tidligere ikke har blitt etablert, er at det har vært bekymringer for at de kan legge til rette for prissamarbeid i dagligvarebransjen.

Dersom det er meningen at informasjonen i registeret/portalen skal være offentlig tilgjengelig, er det flere bekymringer som oppstår. God informasjon, som reduserer søkekostnader, er viktig for at forbrukerne skal kunne ta gode valg og for at konkurransen i et marked skal fungere godt. Mer informasjon og transparens gjør det imidlertid også lettere for bedrifter å koordinere seg om viktige konkurranseparametere (f.eks. pris). Dette har som regel den konsekvensen at konkurransen blir dårligere, og høyere priser. Et grunnleggende problem med prisportaler oppstår hvis det er høyere sannsynlighet for at det er konkurrenter, og ikke kunder, som først får informasjon om prisendringer. Da vil konkurrentene typisk rekke å sette ned prisene sine før (mange nok) kunder klarer å reagere. Det som skjer da, er at det ikke blir noe poeng å forsøke å sette ned prisene. Med andre ord, hvis det ikke er noen gevinst av å ha en lavere pris enn konkurrentene, så er det heller ikke noe poeng å sette ned prisen. Da får man bare dårligere betalt for de samme varene.

Effekter av prisportaler er usikre, men enkelt sagt kan en si at prisportaler fungerer bra i markeder som har god konkurranse fra før, og dårlig i markeder hvor konkurransen er svak fra før. Bakgrunnen er at i markeder med god konkurranse er det ikke like lett for bedrifter å koordinere seg, siden det gjerne er flere aktører i disse markedene. I markeder med svak konkurranse, og gjerne få aktører, vil mer informasjon og transparens gjøre det enklere for aktørene å koordinere seg. I dagligvaremarkedet er det bred enighet om at konkurransen ikke fungerer optimalt. En hovedårsak til det, er at markedet har få og store aktører.

Det er uklart om det er ment at prisene skal være offentlig tilgjengelige for alle, eller om det er meningen at leverandører kun skal kunne se priser på egne varer og produkter. Selv om det kun skal være tilgjengelig for leverandører, kan slike register i ytterste konsekvens legge til rette for prissamarbeid. Et eksempel, som blir beskrevet i Oeconomica-rapporten fra 2023 «Prisjusteringsvindu og priskonkurranse, En økonomisk analyse», som ble bestilt av Konkurransetilsynet, er at leverandører har incentiver til å bidra til prissamarbeid mellom detaljister for å legge til rette for høyere priser på sine produkter (vertikalt prissamarbeid/

«nav-eike»-samarbeid).¹⁴ Et slikt samarbeid er også omtalt i den ovenfornevnte SØA-rapporten, hvor også Oeconomica var bidragsyter.

Ovennevnte bekymringer knyttet til mer transparens mellom aktørene gjør seg også gjeldende for forslag om krav til åpenhet om marginfordeling i verdikjeden (forslag 26). Konkurransetilsynet har nylig utført en omfattende marginstudie, som viste at det er stor forskjell i inntjening mellom ulike produkter i dagligvarebutikkene, og at marginene er lave på en del ferske basismatvarer. Dette viser at det allerede i dag er mulig for tilsynsmyndighetene å innhente nødvendig informasjon ved behov, og ytterligere regulering framstår ikke som hensiktsmessig. Det er også et empirisk spørsmål i hvilken grad det er mulig å samle inn pålitelige data som er sammenliknbare på tvers og over tid.

Tiltak for rettferdige leverandørrelasjoner og avtalevilkår (forslag 29–33)

Urimelige kontraktsvilkår i leverandørforhold reguleres i dag blant annet i lov om god handelsskikk. Regjeringen vurderer for tiden endringer i lov om god handelsskikk, blant annet om det bør reguleres tydeligere hvilke krav aktørene kan stille til hverandre i forhandlinger. Lov om god handelsskikk har nå virket i fire år. Dagligvaretilsynets undersøkelser viser tegn til forbedringer i samarbeidsklimaet mellom aktørene i dagligvarebransjen siden loven ble innført. Likevel er det fortsatt leverandører som opplever utfordringer i forhandlinger og avtaler med kjedene. Dagligvaretilsynets undersøkelser viser at en betydelig andel leverandører opplever at delisting forekommer uten saklig grunn, at dagligvarekjedene etterligner deres produkter, og at kjedene stiller krav om ytelser uten at motytelser er spesifisert. Undersøkelsene avdekker også uenighet om avtaler om felles markedsføring (joint marketing eller JM), og at flere tilleggsavtaler avtales muntlig, heller enn skriftlig. Dagligvarekjedenes kontroll i verdikjeden innebærer at kjedene også har en rolle som portvoktere. Det betyr at dagligvarekjedene i økende grad bestemmer over tilgangsvilkårene til markedet, særlig for små og nye leverandører og detaljister.

Videre er det også slik at Konkurransetilsynet allerede kan gripe inn mot urimelige kontraktsvilkår, rabattstrukturer, betalingsbetingelser og joint marketing-avtaler med hjemmel i konkurranseloven, dersom dette innebærer enten misbruk av dominerende stilling eller konkurransebegrensende avtaler. Tilsynet kan også kreve å få utlevert betingelser for innkjøp for å undersøke om disse medfører brudd på konkurranseloven. Også i denne sammenhengen vises det til innføring av markedsetterforskning i konkurranseloven. Hemmelige eksklusivavtaler som hindrer effektiv konkurranse (omtalt i forslag 31) vil kunne rammes av § 10 i konkurranseloven (forbud mot konkurransebegrensende samarbeid). En offentlig ordning for rapportering av joint marketing-avtaler, slik som representantene foreslår (forslag 32), fremstår derfor som uforholdsmessig ressurskrevende å innføre, både for det offentlige og for dagligvareaktørene, og det er uklart hvilken merverdi en slik ordning vil gi. Økt byråkrati og økte rapporteringskostnader kan medføre høyere dagligvarepriser.

¹⁴ https://konkurransetilsynet.no/wp-content/uploads/2023/12/OFF_Moen-og-Riis-rapport-prisjusteringsvindu-pdf.pdf

Når det gjelder ønske om en ordning for anonyme varsler med reell varslerbeskyttelse for leverandører og kjøpmenn som frykter represalier ved å melde fra om brudd på regelverket i dagligvarebransjen, er dette allerede oppfylt gjennom eksisterende ordninger, både i konkurranseloven § 27 og lov om god handelsskikk § 13. Disse ordningene pålegger taushetsplikt for de som utfører arbeid for konkurransemyndighetene, Dagligvaretilsynet eller Markedsrådet om identiteten til foretak eller personer som gir tips om overtredelse av konkurranseloven eller lov om god handelsskikk. Formålet er å gi tilsynsorganene tilgang til nødvendig informasjon og dermed øke sjansene for å avdekke lovbrudd og dermed den preventive effekten av lovene, samt å beskytte den som tipser om lovbrudd mot represalier.

Franchiseregulering og tiltak for å bedre kjøpmenns stilling (forslag 34–36)

Franchise som forretningsmodell innebærer fordeler og ulemper for både franchisegiveren og franchisetakeren. Franchisegiveren kan utvide virksomheten sin med lavere investeringsbehov, men med mindre grad av kontroll i vekstfasen. Franchisetakeren kan være selvstendig næringsdrivende uten å måtte utvikle et eget forretningskonsept, men med mindre kommersiell frihet.

Innholdet i avtalevilkårene og graden av styring fra franchisegiver varierer. Avtaleloven og de generelle avtalerettslige prinsippene, for eksempel prinsippet om lojalitet i kontraktsforhold, gjelder også for franchiseavtaler. Avtalevilkår som er klart urimelige eller ubalanserte til fordel for franchisegiver kan etter omstendighetene settes til side eller anses ugyldige etter avtalelovens regler. Næringsdrivende i Norge har stor grad av avtalefrihet og det er liten tradisjon for å detaljregulere avtaler mellom kommersielle parter. Min vurdering er at avtalefrihet, også når det gjelder valg av organisasjonsform, danner det beste utgangspunktet for effektive resultater. Dersom det gjøres inngrep i avtalefriheten, er det risiko for at kostnadene ved avtalene øker og at økte kostnader veltes over på forbrukerne.

Forslagene om å i større grad regulere innholdet i franchisekontrakter (forslag 34 og 35) innebærer på ulike måter begrensninger i avtalefriheten, gjennom relativt detaljerte krav til vilkårene i kontrakter mellom kjedene og franchisetakere, kjøpmenn og andre uavhengige butikkinnehavere. Etter min vurdering foreligger det ikke et kunnskapsgrunnlag som tilsier at det er nødvendig med slik inngripende regulering av kontraktene.

Spørsmål om regulering av delt arbeidsgiveransvar innenfor ulike former for virksomhetsorganisering, herunder også om arbeidstakerrepresentasjon og medvirkningsmuligheter, har blitt utredet og vurdert flere ganger. Spørsmålet har særlig blitt utredet for konsernorganisering, hvor selskaper er knyttet sammen gjennom eierskap, men også for situasjoner hvor selskaper har innflytelse på andre selskaper gjennom avtale, slik som franchise.

Medbestemmelsesutvalget (NOU 2010: 1) så både på spørsmål om representasjon i styrende organer, og om verneorganisering, innenfor franchisemodellen. Det var ulike synspunkter i utvalget. Arbeids- og inkluderingsdepartementet sin vurdering av forslagene fremgår av Meld. St. 29 (2010–2011). Her uttalte departementet blant annet at det ikke ser

grunn til å innføre ansatterepresentasjon i «styrande organ i selskap som er knytte saman gjennom kontraktar eller i avtaleforhold», jf. punkt 14.6.5.

Også Fougnerutvalget (NOU 2021: 9) vurderte spørsmål knyttet til blant annet delt arbeidsgiveransvar og medvirkningsmuligheter innenfor ulike former for virksomhetsorganisering, herunder franchise. Utvalget fremmet ingen forslag når det gjaldt franchise særskilt, men pekte blant annet på at «arbeidstakere innen franchisevirksomheter ikke har de samme mulighetene som arbeidstakere i konsern til representasjon og medvirkning overfor andre som har påvirkning på rammebetingelsene for virksomheten. På den andre siden er det forskjeller mellom disse driftsformene. Mens konsernorganisering innebærer at morselskap eier og kontrollerer datterselskap, er franchise basert på kontrakter mellom uavhengige virksomheter».

Flertallet viste til sin særmerknad om arbeidsgiveransvar mer generelt «hvor disse medlemmene peker på at utvalget ikke fullt ut har tatt stilling til på hvilken måte nye selskapsstrukturer og avtalerelasjoner mellom virksomheter kan utfordre maktrelasjonen mellom arbeidsgiver og arbeidstakerne, og hvor disse medlemmene anmoder om videre utredning», se punkt 14.3.6.2, jf. 11.3.2. Spørsmål om arbeidsgiveransvar innenfor ulike former for virksomhetsorganisering har ellers blitt vurdert også tidligere, jf. f.eks. Konsernutvalget (NOU 1996: 6) og Arbeidslivslovutvalget (NOU 2004: 5). Regjeringen har fulgt opp flere av forslagene om arbeidsgiverfunksjoner fra Fougnerutvalget, blant annet for å styrke arbeidstakers stillingsvern i konsernforhold, jf. Prop. 14 L (2022–2023). Jeg ser ikke behov for en ny vurdering av disse forhold nå, jf. forslag 36, men at det er viktig å følge utviklingen også på dette området.

Styrking av tilsynsmyndigheter (forslag 37–40)

Vi har allerede tilsynsmyndigheter som fører nøye tilsyn med dagligvarebransjen i dag. Representantenes forslag til å styrke tilsynene ytterligere er etter min vurdering enten allerede gjennomført, eller er en del av et pågående arbeid. Blant annet har allerede Konkurransetilsynet hjemmel til å vedta midlertidig pålegg om opphør av ulovlig opptreden etter konkurranseloven § 12, jf. forslag 37. I 2013 påla tilsynet ICA Norge AS og NorgesGruppen ASA midlertidig å avslutte en samarbeidsavtale.¹⁵ Innføringen av markedsetterforskning, som omtalt ovenfor, gir Konkurransetilsynet styrkede virkemidler for å føre tilsyn med, og gripe inn mot alvorlig konkurranseproblemer.

Dagligvare har vært et prioritert område for Konkurransetilsynet i lengre tid, noe som har vært presisert i tildelingsbrevene fra Nærings- og fiskeridepartementet siden 2016. I tildelingsbrevet for 2025 bes Konkurransetilsynet om å årlig kartlegge markedsandeler, selskapsstrukturer, EMV og andre merkevarekategorier. Dette er en markedsovervåking som er vesentlig mer omfattende enn for øvrige markeder.

¹⁵ [V2013-06—NorgesGruppen-ASA—ICA-Norge-AS—midlertidig-pålegg-om-opphør-etter-konkurranseloven-§-12-fjerde-ledd.pdf](#)

Representantenes foreslår videre et forslag om forbud mot samarbeidsavtaler som begrenser konkurranse, samt krav om at samarbeidsavtaler må meldes til Konkurransetilsynet. Konkurransbegrensende avtaler/samarbeid er allerede forbudt etter konkurranseloven § 10. Videre har Konkurransetilsynet pålagt dagligvarekjedene på konsernnivå utvidet opplysningsplikt, som innebærer at aktørene må opplyse om alle fusjoner, oppkjøp og såkalte minoritetserverv. Dette styrker tilsynets overvåking av markedet for å motvirke ytterligere forverring av konkurransesituasjonen, selv når avtaler i utgangspunktet faller under terskelverdiene for øvrige markeder. Til sist vises det også til det pågående arbeidet med å revidere lov om god handelsskikk og organiseringen av Dagligvaretilsynet¹⁶, hvor det blant annet vurderes endringer for å gjøre loven og tilsynet mer effektiv, til forbrukernes beste.

Med hilsen



Cecilie Terese Myrseth

¹⁶ <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/foreslar-a-legge-ned-dagligvaretilsynet/id3088433/>

