

Til

Konkurransetilsynet  
Postboks 439 Sentrum  
5805 Bergen  
E-post: post@kt.no

Kopi: Nærings- og fiskeridepartement  
Landbruks- og matdepartementet  
Stortingets Næringskomite  
Dagligvaretilsynet

## Dagligvare rapport 2022 – kommentar til forslag om endringer i importvernet

Tilsynet tar i rapport til orde for at det skal gjøres justeringer i importvernet i den hensikt å lette etableringsmulighetene for utenlandske kjeder og leverandører. Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund (KLF) har forståelse for at noen oppfatter at endringer i importverket kan løse utfordringen med få aktører i dagligvarehandelen og for deler av leverandørsiden. Men å gjennomføre tiltak som er tilstrekkelig kraftig til å oppnå det Konkurransetilsynet (KT) antyder uten kraftig å svekke de landbrukspolitiske målene som Norge har, er etter vår vurdering bortimot umulig. Det er liten tvil om at det er betydelig endringer i import-betingelsene for animalske produkter som må til dersom tilfanget av internasjonale aktører i verdikjeden for mat kan påregnes.

En årsak til KLFs vurdering, er at det aller meste av det som omsettes i dagligvarehandelen, utenom animalske produkter i dag, er ikke berørt av importvernet.

- Mer enn 2/3 av omsetningen i dagligvarehandelen påvirkes ikke, eller i liten grad, av importvernet.
- Alle «de store» europeiske leverandørene som omsetter sine varer gjennom dagligvarehandelen er til stede i Norge, unntatt de som er leverandører i den delen av «hverdagsmat-segmentet» som ligger innunder tollvernet. Dvs i all hovedsak animalske produkter.
- Erfaringene fra Lidl's tid i Norge er mange, men viktigheten av å kunne ha med egne merkevarer på «hverdagsproduktene» ble veldig tydelig. De hadde med seg de aller fleste egne merkevarer på andre matområder og drikkevarer, men dette holdt ikke til å få etablert gode kunderelasjoner. Egne merkevarer på basisprodukter av melk, kjøtt og egg er etter all sannsynlighet vesentlig for at en «ikke-norsk» kjede skal kunne etablere seg.

### Bedre konkurranse i dagens etablert marked

I kapitel 7 viser Konkurransetilsynet selv til at det er flere begrensinger i mottaks- og forsyningsplikten som påvirker dynamikken i konkurransen. Utsagnet må forstås i negativ retning. KLF er enig i konkurransetilsynets vurdering.

- Det var derfor underlig å observere at KT ikke hadde noen synspunkter på den kraftige svekkelsen av konkurransen myndighetene foretok i eggmarkedet i 2020 da forsyningsplikten ble sterkt begrenset. Ingen andre aktører enn Nortura har nå mulighet til å ta nye store kunder.
- Ved å akseptere Norturas oppkjøp av Steinsland AS, nøyde KT seg med bare å forsinke en prosess som vil redusere konkurransen i markedet, fremfor å stanse den.
- Forsyningsplikt – tiltaket sikrer bare volum av generisk vare. Det medfører at markedsaktører som spesialisierer seg på nisjer i markedet, for eksempel svært gul plomme på egg, ikke kan benytte ordningen. KLF har ikke registrert at KT har tatt initiativer knyttet til forsyningsplikten som åpenbart kunne øke markedsdynamikken innenfor etablert landbrukspolitikk.
- KLF og Nortura har tidligere foreslått en løsning innenfor markedsreguleringen som ville bidratt til at forbrukerne fikk større norsk utbud, bedre kvalitet og ferskere kjøtt enn med dagens løsning. Dette var KT imot.

KLF oppfordrer Konkurransetilsynet til i første omgang å ta på alvor det å sørge for at konkurransen og markedsdynamikken fungerer innenfor de landbrukspolitiske rammer som er etablert. Her er det et betydelig handlingsrom til å gjøre mange små ting som til sammen vil bety mye for de norske forbrukerne.

### **Om Lidl og Aldi sin innkjøpsmakt – og muligheten for nye aktører i markedet**

I kapittel 7.3 «Kontaktmøtet med landbruksnæringen», hvor vi registrerer at Orkla, Q-meieriene og Synnøve Finden defineres å høre hjemme, vises det til at Aldi og Lidl har sterke innkjøpsbetingelser og påvirker markedet selv med lav markedsandel i Sverige og Finland.

Ettersom EU er et marked både for leverandører og kjeder, er det begrenset nytte å se på markedsandeler til kjedene i de ulike land. Kjedenes samlede innkjøpsmakt er derfor det som er av betydning også lokalt; nasjonale leverandører vet at de konkurrerer med internasjonale uansett og må tilpasse seg dette. Kjeder som Lidl og Aldi kan derfor påregne å få «de beste betingelsene» uansett hvor leverandøren kommer fra.

Forutsetningen for at samme effekt skal oppstå i Norge, er at kjedene har alternative tilbydere på hele spektret av «hverdagsprodukter». Det er ikke forenlig med dagens landbrukspolitikk.

I Norge eksisterer pr nå ikke hard-discount kjeder. Dette kjedekonseptet er kjennetegnet av butikker som selger «alle» produkter litt billigere enn de andre. Bare i begrenset grad driver de med kryss-subsidiering av produkter i butikk, men muligens gjør de det tidligere i produksjonsprosessen av sine EMV-produkter.

I den norske dagligvarebransjen forekommer utstrakt bruk av kryss-subsidiering. Vi har de siste årene sett etablering av kjeder i segmenter av vareutvalg som tradisjonelt har høy bruttofortjeneste i dagligvarehandelen. KLF registrerer at en rekke kjøttprodukter selges til langt under handelens innkjøpspris – et forhold som riktignok isolert sett for vår sektor er positivt.

Lidl har i Finland hatt 5-6 ganger så stor markedsandel i drikkevaresegmentet som sin generelle markedsandel. Fra finsk hold bemerkes det at Lidl's ølmerke, Finkbräu, har vært sentral i dette da de over tid alltid har kunnet tilby det billigste ølet. Da Lidl etablerte seg i Norge var det forventet at Lidl ville bruke billig øl som en inngang for etablering i markedet slik de gjorde i Sverige og Finland.

Alle kjedeaktørene etablerte da sine varemerker for å selge billig øl. Myndighetene fortok da en beslutning, etter dialog med dagligvarehandelen, som i praksis innebar minstepriser på salg av øl i Norge.

Sosial- og helsedirektoratet uttalte: «Ølprisen skal ligge på et nivå som tilsvarer skatter og avgifter samt en margin som står i tråd med andre varegrupper i butikken.

KLF mener at å begrense mulighetene for kryss-subsidiering mellom produkter, produktgrupper og varemerker, samt sikre at produkter ikke kan selges med tap, vil styrke mulighetene for etablering av hard-discount i Norge og bedre konkurransen mellom dagens aktører i markedet. KLF mener det uansett bør være like regler på dette området for alle produkter som selges i dagligvare, dvs at «øl-forliket» bør avvikles.

Et slik tiltak vil sannsynligvis styrke konkurransen vesentlig mellom aktørene i dagligvarehandelen, men også styrke muligheten for etablering av spesialforretninger som pr i dag utsettes for urimelig konkurranse som følge av kryss-subsidiering og salg uten bidrag eller tap.

### **RÅK-varer – et gjensidig samarbeid med EU**

I avsnitt 7.4.2 tar KT til orde for endringer av regelverket som vil medføre at produkter som ligner dagens RÅK-produkter, men har en høyere andel av råvarer som er sterkt beskyttet av importvernet, skal bli billigere.

KLF vil påpeke at Råvarepriskompensasjon /RÅK utjevner konkurransevilkårene for produsenter av bearbeidede landbruksvarer og gi grunnlag for økt handel. Intensjon er etablering av frihandel med EU på produktspekteret. Innholdet i ordningen er regulert gjennom Protokoll 3 som er en særskilt avtale inngått mellom EØS/EFTA-landene og EU om handel med bearbeidede landbruksvarer slik som pizza, yoghurt, knekkebrød og barnemat mv.

Forutsetningen for at avtalen skal fungere, er at den norske stat stiller til rådighet tilstrekkelig med øremerkede midler for å finansiere prisnedskrivningen på norske råvarer. Pr i dag utgjør det ca 250 millioner kr årlig. Utvides produktspekteret uten av det følger med finansiering vil norske produkter med norsk råvare få dårligere konkurransekraft enn varer med utenlandsk råvare – både i Norge og i markeder norske bedrifter eksporterer til. Det kan svekke konkurransen i det norske markedet.

Dersom hensikten er at utenlandske kjeder skal kunne ta med seg mer egne merkevarer, punkteres uansett importvernet da disse vil benytte utenlandsk råvare. Samtidig er det ikke tenkelig at eksporten fra Norge vil øke i særlig grad som følge slike endringer i regelverket.

KLF vil ellers bemerke i motsetning til KT, at vi oppfatter evnen både fra små og store aktører til å tilpasse seg regelverket som god. Men vi registrerer også at det er noen som ikke aksepterer regelverket.

### **Om reduksjon i tollsats for utvalgte produkter**

KLF slutter seg til KT's vurderinger i kapittel 7.4.4, men vår oppfatning er at dette i størst grad handler om produkter som inngår i bearbeidet produkter som industrien leverer. Tiltaket er derfor viktig for å sørge for at norsk matvareindustri oppnår bedre konkurransekraft mot utenlandske leverandører og derigjennom styrker konkurransen i markedet. Tilgang til produkter som norsk

landbruk ikke, eller i liten grad, kan levere må kunne importeres uten fiskale avgifter. KLF ser ikke bort fra at det vil forekomme produkter som også kan innrettes direkte mot forbruker.

### **Konkurransetilsynet – ekspertise på bærekraft og dyrevelferd?**

Konkurransetilsynet tar også opp tema bærekraft og dyrevelferd. Tilsynet uttrykker at de vil føre en aktiv konkurransepolitikk slik at mål innenfor disse områdene nås.

KLF opplever det som spesielt at KT tiltar seg kompetanse på disse områdene der både de faglige og politiske diskusjonene om hva som er riktige tiltak og nivåer fortsatt pågår, og vil fortsette i flere år enda.

Som den viktige samfunnskritiske bransjen verdikjeden for norsk mat er, er disse problemstillingene helt sentrale for oss. KLF ber om å få avklart hvordan KT har planlagt å prioritere FNs 17 ulike bærekraftsmål samt hvorledes KT planlegger å forholde seg til de motstridene interessene mellom enkelte av målene.

På samme måte bes det om en redegjørelse for hvilke nivåer KT har i sitt konkurranse-politiske arbeid med dyrevelferd og naturforvaltning. Som bransje forholder vi oss til alltid å minst oppnå myndighetenes krav, noe KT også bør være innforstått med. Ettersom tilsynet har tenkt å innta en rolle også på dette området og uttaler seg som de gjør, oppfatter vi at KT ønsker å gå lenger enn det som er bestemt i fastsatt regelverk pr nå.

Som et offentlig organ plikter KT å informere allmenheten om hvordan etaten forstår, vektlegger og prioriterer sitt arbeid når tilsynet velger å gå lenger enn det politiske beslutninger og regelverk tilsier.

KLF imøteser svar på dette.

Vennlig hilsen

Bjørn-Ole Juul-Hansen

Adm.dir