

# Hørings svar fra Foodora Market om forskrift om forbud mot konkurranseskadelige forskjeller i innkjøpspriser i verdikjeden for mat og dagligvarer

## 1. Innledning

Foodora Market viser til "Høring om forbud mot konkurranseskadelige forskjeller i innkjøpsbetingelser i verdikjeden for mat og dagligvarer". Vi ønsker å gi honnør til departementet for deres arbeid med forslaget. Foodora Market observerer at departementet med dette forslaget, i enda større grad ønsker at forskriften skal legge til rette for nyetableringer og innovasjon i norsk dagligvare. Som en innovativ aktør og utfordrer i dagligvaremarkedet anser vi dette som svært viktig.

Vi viser til Foodora Market sitt høringssvar til høringsnotat «Forskrift om forbud mot usaklige forskjeller i innkjøpspriser i verdikjeden for mat og dagligvare», og registrerer at departementet har lyttet til vår støtte til endring til relativ markedsrett. Vi er dog usikre på håndhevelsen av et slikt grep, og gir i dette høringssvaret innspill til mulige former for håndhevelse.

At forskriften også omfatter grossister, ikke utelukkende leverandører, er noe vi mener er avgjørende for at forskriften skal ha ønsket effekt. Av alle endringene som er gjort i forskriften mener vi dette er det viktigste.

## 2. Bedre konkurranse- og etableringsvilkår

### 2.1 Utvidelse av forskriftens virkeområde

Foodora Market registrerer, med stor glede, utvidelsen av forskriftens virkeområde slik at den også gjelder grossister.

Dette vil kunne ha en betydelig dempende effekt på konkurranseskadelige forskjeller i innkjøpspriser i verdikjeden for mat og dagligvarer, ettersom man inkluderer større deler av den nevnte verdikjeden. Situasjonen vi beskrev i vårt tidligere høringssvar om forbud mot usaklige forskjeller i innkjøpsbetingelser i verdikjeden for mat og dagligvarer, eksemplifiserer viktigheten av å inkludere grossister i forskriften:

"Som et resultat av en gradvis utvikling over tid, er det i dag en realitet i det norske dagligvaremarkedet at produsenter i det vesentligste forholder seg til grossister, og kun leverer varer til disse. Slik vi opplever

det, er det i dag kun et fåtall store produsenter av dagligvarer, slik som Tine og Ringnes, som fortsatt selger varer direkte til detaljistmarkedet i utstrakt grad.“

## 2.2. Relativ markedsrett og håndhevelse

Foodora Market stiller seg bak vurderingen om at forskriften bør gjelde for aktører med relativ markedsrett.

Slik vi ser det, vil en slik definisjon, som departementet nå foreslår, ha positiv effekt på etablerings- og vekstvilkårene i dagligvaremarkedet, ettersom utfordrere og nyetablerte aktører i en vekstfase, som Foodora Market, vil forhandle med aktører med relativ markedsrett i nær sagt alle tilfeller.

Foodora Market anser proaktiv håndhevelse av forbudet fra myndighetene som avgjørende, for at det skal oppnå forslagetets formål. Slik vi ser det, er det altså behov for proaktive aktiviteter og mekanismer fra myndighetenes side, for å undersøke om leverandører og grossister med relativ markedsrett krever ulike innkjøpsbetingelser for likeverdige ytelser, som begrenser eller er egnet til å begrense konkurransen.

Aktører som Foodora Market har begrenset innsikt i de bakenforliggende begrunnelsene for egne innkjøpspriser, og naturlig nok ingen innsikt i andres innkjøpspriser, og dermed ingen evne til selv å undersøke om vi er blitt utsatt for tilfeller hvor leverandører og grossister med relativ markedsrett har krevd oss for ulike innkjøpsbetingelser for likeverdige ytelser. Videre er maktskjevhetene i det norske dagligvaremarkedet så store at det er rimelig å anta at enkelte parter ikke har vilje til å rapportere slike tilfeller, i frykt for negative effekter på deres innkjøpsbetingelser. Derfor ber vi departementet om å se på proaktive aktiviteter og mekanismer fra myndighetenes side, samt om særlig å se dette forslaget i sammenheng med departementets pågående arbeid med utvikling av markedsetterforskningsverktøy til Konkurransetilsynet.

## 2.3. Positiv diskriminering

I tillegg kan det være hensiktsmessig å mitigere risiko beskrevet i avsnitt 2 kapittel 4.4.3, at leverandører kan la være å samarbeide med små detaljister fordi de er redde for konsekvensene hvis de gir dårligere betingelser enn til de tre store aktørene.

Eksempel: La oss si Foodora Market kjøper en vare for 100 kr i dag, mens de tre store aktørene betaler 75. Hvis forskriften fører til at leverandører fremover er villig til å gi oss en ny pris på 90, er det fortsatt en vesentlig forbedring for oss, selv om prisen er høyere enn den som er gitt til de tre store. Det bør komme tydelig frem fra forskriften at slike scenarier er ønskelige og ikke vil rammes av forskriften.

## 3. Administrative og økonomiske konsekvenser

Foodora Market registrerer at departementet påpeker at *“Forskriften som nå foreslås vil i noen grad kunne påvirke dagligvarekjedenes insentiver til å forhandle frem bedre innkjøpsbetingelser fra leverandørene og grossistene. Dette fordi det er mulig at andre dagligvarekjeder som de aktuelle leverandørene og grossistene har relativ markedsrett overfor, også vil oppnå liknende vilkår. Leverandørene og grossistene vil også ha noe lavere insentiver til å gi én enkelt aktør rabatter, fordi den*

*også vil kunne måtte gi de samme rabattene til andre aktører som den aktuelle leverandøren eller grossisten har relativ markedsrett overfor.”*

*Vi registrerer med spesiell interesse påpekelsen av at “En slik inngripen i markedsaktørens forhandlings- og kontraktsfrihet vil kunne påvirke aktørens mulighet til å forhandle fram effektive kontrakter. Dette igjen kan få konsekvenser for både innovasjon og verdiskaping, samt hva forbrukerne møter av pris og utvalg i dagligvarebutikkene.”*

Særlig knyttet til disse to elementene er det viktig å ha med seg at behovet for endring er prekært. Fravær av inngripen i markedsaktørens forhandlings- og kontraktsfrihet, og bevaring av status quo, har allerede fått begrensede konsekvenser for både innovasjon og verdiskaping.

Vekten av de nevnte betenkelighetene kan uansett dempes gjennom veiledning i proposisjonen. Blant annet kan det spesifiseres at rabatter gitt til en kunde som man har relativ markedsrett overfor, ikke medfører noen plikt til at den aktuelle leverandøren eller grossisten på eget initiativ må gi tilsvarende rabatter til andre kunder. Videre bør det kunne gis typeeksempler på hvilke rabattbegrunnelser som normalt vil kunne aksepteres, slik at aktørene fritt vil kunne forhandle ut fra disse begrunnelsene, uten frykt for å bryte det nye regelverket.

Med vennlig hilsen



Victoria Hellesøy Stenbakk  
Head of oodora Market



Mads Dokka Blybakken  
Head of Public Affairs Nordics