

Snarkjøp Gruppen AS
Tømmerstøveien 2
4639 Kristiansand



08.02.24

Nærings- og fiskeridepartementet
Postboks 8090 Dep
0032 Oslo

Hørings svar om forbud mot usaklige forskjeller i innkjøpsbetingelser i verdikjeden for mat og dagligvarer.

Vi er den selvstendige og uavhengige dagligvarekjeden i Norge som aldri blir nevnt, eller kommer med i statistikken på «dagligvarekartet» for Norge. Kanskje ikke så rart da vi kun har ca. 0,2% av totalmarkedet, men som likevel har størst vekst i prosent av dem alle. Derfor vet veldig få hvem, og hva Snarkjøp er. Vi kjemper hver eneste dag mot de 3 enormt dominerende aktørene om å vinne nye butikker og ta markedsandeler. Det er absolutt mulig, men utrolig vanskelig og utfordrende slik som forskjellene er på innkjøpsbetingelsene i dag.

Vi har stått på hver dag siden 2012 da Snarkjøp-kjeden offisielt ble etablert. Fra oppstarten til i dag har vi etablert 62 stk. butikker rundt om i Norge, hovedsakelig i bygder og distrikter. Vi har et bærekraftig og fornuftig konsept for små/mindre butikker som fungerer, men det er ingen tvil om at dagligvaremarkedet i dag er drevet av lavpris. Ca. 70% av nordmenn velger lavprisbutikk nettopp på grunn av at de har lavest pris på varene til forbruker. Her har overhode ikke vi sjans å kunne etablere konkurrerende konsept, nettopp fordi vi ikke har de samme betingelsene/innkjøpsprisene.

Våre hovedargumenter for hvorfor vi ønsker dette forbudet mot usaklige forskjeller i innkjøpsbetingelser varmt velkommen:

Vi har et konkurransefortrinn vi ikke får tatt ut potensialet på:

- Omlag halvparten av Snarkjøp butikkene er i dag utstyrt med avansert teknologi som gjør at butikkene ikke nødvendigvis trenger å ha personal fysisk på jobb til enhver tid. Mange av dem er døgnåpne, og store deler av døgnnet «fjernbetjente» uten personell til stede i butikken. Tenk om vi hadde hatt samme innkjøpspriser fra direkteleverandører og grossister som de 3 store lavpris aktørene... Med vårt konsept og teknologi ville vi hatt mulighet til å selge varene billigere enn lavprisbutikkene på grunn av mindre

kostnader i butikk. Det mest interessante av alt ville vært at dette kunne vært gjort i små butikker i distriktene. De stort sett lave husleiene i distriktene ville kunne veid opp for de eventuelt høyere transport kostnadene fra grossist.

Bra for miljøet:

- Dersom prisene hadde vært lavere og mer like lavprisbutikkene i distriktene hadde folk flest latt være å kjøre store/lengre avstander for å handle dagligvarer (som vi gjør omtrent hver dag). Vi vet at 7 av 10 nordmenn i dag trekkes/lokkes mot lavprisbutikker på grunn av pris og ikke nødvendigvis for utvalg og kvalitet. Sett fra et miljøperspektiv hadde dette vært utelukkende positivt!

Levende bygdesamfunn:

- Det er ingen tvil om at mange nærbutikker (små butikker) lever helt på randen. For de fleste kjøpmenn som driver slike butikker i dag er motivasjonen like mye fordi de vet at butikken er viktig, og kanskje avgjørende, for bygda. Bygder «dør» og kveles sakte når butikken legges ned. I dag avvikles mange butikker nettopp fordi altfor mange forbrukere ikke klarer å være lojale mot nærbutikken, siden man kan spare 10-20% i året ved å handle på lavprisbutikker. Norge er og forblir et land med flest bygder og distrikter. Butikken er svært viktig på disse stedene med den ordinære oppgaven som å være en handleplass, men minst like viktig for å være en sosial møteplass for innbyggerne i bygda.

Store forskjeller som er «umulig» å gjøre noe med:

- Når vi er ute i markedet for å verve nye butikker har vi opptil flere ganger fått høre fra butikker at representanter fra de store aktørene har argumentert med at de har minst ca. 10-20 % bedre innkjøpsbetingelser enn oss, og at de derfor bør velge dem. De presenterer altså (naturligvis) sitt store konkurransefortrinn aktivt for å verve nye butikker, som også er i dialog med oss på kjedevalg. Vi er ikke i tvil om at dette stemmer, men hva kan man gjøre med det...? Vi kan slå dem på veldig mange andre ting enn pris (heldigvis ser en del også på disse tingene), men pris/betingelser er dessverre ofte det avgjørende punktet til syvende og sist, for valg av kjede butikk ønsker å bli med i (naturligvis).
 - Konkret eksempel på et av de mest solgte produktene i en dagligvarebutikk: 1 liter Tine lettmeik koster 10% mer inn til en Snarkjøp butikk enn hos en konkurrerende nabobutikk fra de store aktørene. Det er vel ikke noe mer jobb og ulempe å levere denne melken til oss enn til nabobutikken?

Demper fryktkultur:

- I møter med leverandører opplever vi ganske ofte at de gjerne kan, vil og ønsker å gi oss gode betingelser og forsterkninger til kampanjer, men de tør rett og slett ikke å gi oss «for gode» betingelser (altså like eller bedre) i frykt for hva de andre store vil si på det hvis det oppdages. Slik vi oppfatter det frykter de rett og slett konsekvensene dersom de gjør lille oss mer konkurransedyktige i form av bedre betingelser, selv om de heier på oss som er utfordrere. Det skal liksom ikke skje – de er størst, og de skal derfor ha de beste prisene – ferdig snakka.

Avslutningsvis vil vi i samme anledning bare komme med et par tilleggssynspunkter på hva vi ser på som det store «problemet og feilen» i dagligvarebransjen i dag. Det er overhode ikke for lite konkurranse butikkene imellom som er problemet, vi har tross alt ca. 4.000 butikker i Norge i dag, omtrent på hvert hjørne i alle byer. Kannibalisme de lux!

Det er alt som har skjedd, og skjer, bak butikkledet mellom de altfor få aktørene som får for lite oppmerksomhet med kritiske øyne. Makten og markedet er allerede satt og fordelt:

- **At kjedene har fått lov til å bli så dominerende i hele verdikjeden.** De eier nå alt fra butikkene og helt ned til produsenten av produktene i veldig stor grad. Via grossistledet (som de forøvrig aldri burde fått lov til å eie etter vårt syn) har de fullstendig kontroll over hvilke priser som skal gjelde for de forskjellige som kjøper fra dem, hva slags produkter og sortiment man skal finne i de forskjellige butikkene, og hvem som i det hele tatt skal få lov til å etablere seg (det vil si kjøpe varer fra dem). Å etablere en ny grossist i dag er det ingen med fornuften i behold som engang tenker på. Hvem skulle de klare å selge varer til for eksempel? Alle er allerede budet opp og tvunget til å handle fra de få aktørene sine mektige grossister.
- **Bindingen i kjedekontraktene.** Vi får stadig henvendelser fra butikkeiere som ønsker å bli med hos oss, men som ikke kan eller orker, fordi de har en svært lang oppsigelsestid (opptil 5 år). Hindrer slike kontrakter, bindinger og oppsigelsestider konkurransen, eller styrker den konkurransen? Vi tror det kan være fornuftig å gå disse kontraktene litt i sømmene for å se om noe kan gjøres/begrenses i slike avtaler for å øke mulighetene for økt konkurransen. Butikker eid av selvstendige kjøpmenn bør kunne få lov til å velge mer fritt hvilken kjede de vil samarbeide med. Derfor bør ikke oppsigelsestider av avtaler være urimelig lange slik vi ser det.

Vi ønsker dere ellers lykke til med dette viktige arbeidet. Og hvis det fortsatt skulle være noen tvil om hva vi ønsker og støtter i dette tilfelle kan vi igjen understreke at vi heier på forslaget som er fremlagt! Vi tror dette vil øke konkurransen, motivasjonen og muligheten for flere til å etablere seg i denne bransjen, som helt klart vil være til stor fordel for Ola Nordmann.

Skulle det likevel vise seg at denne forskriften ikke fører til ønskede endringer på sikt, kan man jo enkelt bare fjerne den igjen. Vi tror det er verdt et forsøk!

Med vennlig hilsen,
For Snarkjøp Gruppen AS

Per Eivind Vik og Geir Inge Vik.
Gründere og eiere av Snarkjøp-kjeden.