



Til: Landbruks og matdepartementet

Fra: Interesseorganisasjonen Informed Individual

01.12.2011

Mat, makt og avmakt - om styrkeforholdene i verdikjeden for mat

Dette er Informed Individuals svar på Landbruks og Matdepartementets høring datert 7.7.2011.

Oppsummering

Utvalget setter fokus på informasjonsgapet mellom forbruker og leverandør, og at det er essensielt at forbruker får mer og bedre informasjon enn idag for å kunne utøve effektiv forbrukermakt. Utvalget nevner ikke bare pris og innholdsfortegnelse, men tar også opp tema som verdikjeder. Utvalget foreslår å løse dette problemet med å lage informasjonsportaler og øke merking på varer.

Vi stiller oss fullstendig bak utvalgets problembeskrivelse og konklusjon at forbrukeren må ha mer informasjon. Derimot mener vi at utvalgets fokus på portal og merking på emballasje er feil spor, og løsningen ligger i åpne og sammenstilte data. De kunne også vært mer generelle i sin beskrivelse av hvilken informasjon som er relevant for forbrukeren.

Vi ønsker tilgang på enda mer informasjon enn det utvalget ber om, og vi ønsker at den skal gjøres tilgjengelig som åpen data og sammenstilt data. Vi ønsker også en referansegruppe med et sterkt innslag av uavhengige representanter, og at det vurderes en permanent arbeidsgruppe som kan arbeide med spørsmål om tilgang på produkt-informasjon.

Innholdsfortegnelse

Mat, makt og avmakt - om styrkeforholdene i verdikjeden for mat.....	1
Oppsummering.....	1
Bakgrunn.....	2
Utvalgets utgangspunkt.....	2
Krav om tilgang til data.....	3
Utvalget fokuserer på portal og emballasje, ikke data.....	4
Referanse og arbeidsgruppe.....	6
Hvilken informasjon bør gjøres tilgjengelig, og hvordan.....	6
Eksempler på relevante data.....	7
EPD databasen.....	7
Brønnøysundsregistret.....	7
Butikk-data.....	7
Verdikjeder og E-sporings prosjektet.....	8
Konklusjon.....	8

Bakgrunn

Informed Individual er en ideell interesseorganisasjon etablert i Norge i 2008, med formål å styrke individets evne til å ta valg i henhold til dets verdier. Vi arbeider med å gjøre informasjon om varer og tjenester allment tilgjengelig, og å legge til rette for uavhengig fortolkning av informasjon.

Utgangspunktet til organisasjonen er at det er svært vanskelig for en vanlig forbruker å ta informerte valg, spesielt i kjøpsøyeblikket. Vi arbeider med å lage informasjonsløsninger hvor brukerne selv velger hvem de ønsker å stole på til fortolkning av informasjon ut fra hva som er viktig for den enkelte, og at de kan fritt velge grensesnitt for å se denne informasjonen.

Vi tror at teknologi kan løse opp i den kompleksiteten som dagligvarehandel idag innebærer, og muliggjøre verdibasert handel (etikk, miljø, helse etc) og innføre ekte konkurranse i markedet. Kort sagt ønsker vi å løse problemet med assymetrisk informasjon innen handel. Dette er en problemstilling som er blitt [enda mer synlig i det siste](#), og [ikke begrenser seg til kjøp av matvarer](#).

Informed Individual ble [Nettskap 2.0 vinner](#) i Fornyingsdepartementets utlysning, med begrunnelse at prosjektet myndiggjør og styrker forbrukerne (Empowerment), og gir dem informasjon i kjøpsøyeblikket. Vi har også holdt [foredrag i Brussel](#) for medlemmer av EU kommisjonen, og på [Open Government Data Camp](#) i Polen, da temaet er aktuelt i mange sammenhenger.

Utvalgets utgangspunkt

Utvalget sier følgende i kapittel 3:

Utvalget mener det er riktig å utvikle bedre verktøy for å lette forbrukernes muligheter for å sjekke vareutvalg, kvalitet og for å kunne gjennomføre prissammenligninger. Mer opplyste forbrukere bidrar til skjerpet konkurranse mellom dagligvarebutikker og -kjeder, og vil dermed øke sannsynligheten for at forbrukerne kan få del i eventuelle gevinster kjedene henter ut som resultat av økt kjøpermakt.

Vi stiller oss fullstendig enig i at det er riktig at forbrukeren bør ha verktøy for å ta informerte valg og utøve sin forbrukermakt, men det begrenser seg ikke til utvalg, kvalitet og pris. Forbrukere er opptatte av mange egenskaper til varer; Helse, miljø, etikk, pris, kvalitet, venners erfaringer, ønske om å støtte lokale leverandører med mer. Forbrukeren er også opptatt av egenskapene til utsalgsstedene; Lokasjon, åpningstider, service, vareutvalg, tilgang på parkering, miljøpåvirkning med mer.

Krav om tilgang til data

Etter å ha forsøkt i to år å få dagligvarebransjen til frivillig å gi tilgang på helt grunnleggende data om ingredienser og næringsinnhold, kom vi til konklusjonen at det må reguleres til noe skjer. Heldigvis sier [Soria Moria II](#) at informasjon er essensielt for effektiv konkurranse. I kapittel 4: Forbrukerpolitikk står det følgende:

Trygge, velinformerte og aktive forbrukere er viktig for godt fungerende markeder og økonomisk utvikling. Den enkelte forbruker kan føle seg maktesløs mot selskapenes informasjonsovertak og store muligheter for markedspåvirkning. Regjeringen vil derfor sikre forbrukernes rettigheter.

Sammenhengen mellom forbruk, miljø og klima skal synliggjøres.

Regjeringen vil ... bidra til å videreutvikle nøytrale informasjonskanaler for pris og kvalitet, for eksempel gjennom flere prisportaler

Med utgangspunkt i Soria Moria 2, og at vi var Nettskap 2.0 vinner, ba vi om et møte med relevante departementer. Fornyingsdepartementet var fasilitator for et møte mellom FAD, LD, MD, BLD, Konkurransetilsynet og Informed Individual. Alle var enige i at engasjementet var prisverdig og relevant mot Soria Moria 2, men ingen ønsket å ta noen form for ansvar eller utviste noen form for engasjement. Vi opplevde å bli henvist fra det ene departementet til det andre.

Vi gikk så tilbake til Soria Moria II, spesielt formuleringen om at sammenhengen mellom forbruk, miljø og klima skal synliggjøres. For å synliggjøre at åpne produkt-data ikke er et teknisk spørsmål, men et miljø og rettighetsspørsmål formulerte vi [følgende krav](#):

*Vi krever at relevante data⁽¹⁾ knyttet til varer og tjenester⁽²⁾
i Norge skal gjøres allment tilgjengelig⁽³⁾*

*(1) Med **relevante data** mener vi data som kan benyttes for å styrke en forbrukers effektive forbrukermakt. Dette kan være pris, innholdsfortegnelse, leverandørkjeder med mer.*

*(2) Med **varer og tjenester i Norge** mener vi varer og tjenester som kan unikt identifiseres. Dette kan være alt fra matvarer og forbrukerelektronikk til restauranter og rørleggere.*

*(3) Med **allment tilgjengelig** mener vi*

- Uten legale begrensninger på bruk (fritt lisensiert)*
- I strukturerte og standardiserte formater (eks. RDF)*
- Uten unødige barrierer for tilgang. Det må være API tilgang og mulighet for blokkoverføring.*

Dette kravet er nå signert av følgende organisasjoner:

- Forbrukerrådet
- Grønn Hverdag
- Bellona
- Regnskogsfondet
- Natur og Ungdom
- World Wildlife Foundation
- Dyrevernalliansen
- Friends Fairtrade
- Oikos Økologisk Norge
- Norsk Bygdekvinneleg
- Miljøpartiet De Grønne

Disse organisasjonene må kunne sies å representere miljø og etikk-interessene til norske forbrukere. Det er trolig flere organisasjoner som har interesse at informasjon om varer og tjenester blir mer tilgjengelig, og listen blir oppdatert fortløpende på våre hjemmesider.

Vi sendte så en ny henvendelse til BLD i September hvor vi ber om handling, dog foreløpig uten å ha fått svar. Vi håper at departementet med ansvar for forbrukerspørsmål ikke overser en henvendelse med en så tydelig knytning til Regjeringens egen lovnad, og at departementet med ansvar for miljø ikke overser en henvendelse signert av et samlet miljø-Norge.

Utvalget fokuserer på portal og emballasje, ikke data

Vi har nå beskrevet vårt arbeide innen feltet, som har i lengre tid arbeidet for å få tilgang på rå data slik at hvem som helst kan lage løsninger basert på pålitelige, oppdaterte, lenkede og lett tilgjengelige datasett. Utvalget har beskrevet i detalj sin ønskede portal-løsning. Portaler er vel og bra, men er ubetydelige sammenlignet med dataene. Portal-tilnærmingen er gått ut på dato i teknisk sammenheng; Ingen enkelt løsning vil dekke samtlige behov. Er dataene fritt tilgjengelig på en fornuftig måte, vil grensesnittene komme av seg selv.

Et eksempel på en god løsning er frislippet av metrologiske data. Selv om offentlig vær-informasjon presenteres gjennom den populære portalen yr.no, er det viktige at rådataene er gjort tilgjengelig i et fritt tilgjengelig og sanntidsoppdatert [api-grensesnitt](#). Dette gjør det mulig å bruke vær-informasjon et [vell av tjenester](#), eksempelvis GPS-enheter, i mobile applikasjoner og sammensatte tjenester.

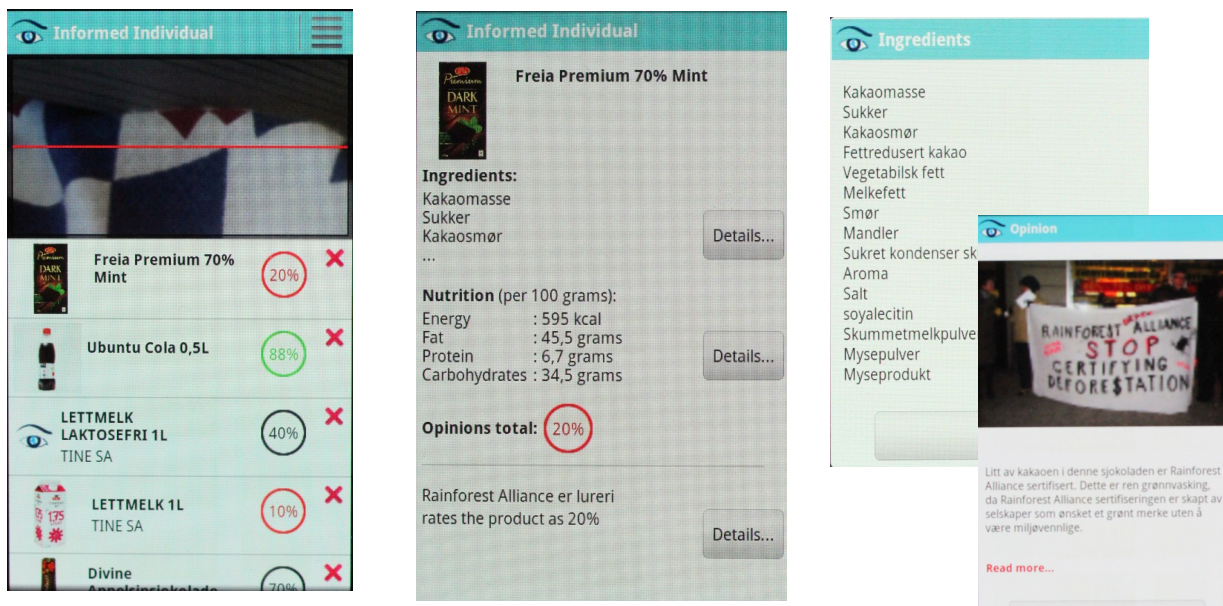
Et eksempel på portal-tilnærming er telepriser.no. Uansett hvor nøye Post og Teletilsynet er i sitt arbeide med å fremstille pris-informasjon mellom forskjellige tele-leverandører, har det gått sport i å lirke på abonnemeter for å komme på topp av listen. Dessuten er egenskaper som service, dekning, kampanjer osv ikke tatt hensyn til i PTT's rangering. Dette er ikke en kritikk av fremstillingen til telepriser.no, bare en påpekning at ingen enkelt grensesnitt vil ha et allmengyldig svar.

Utvalget sier også følgende i kapittel 4:

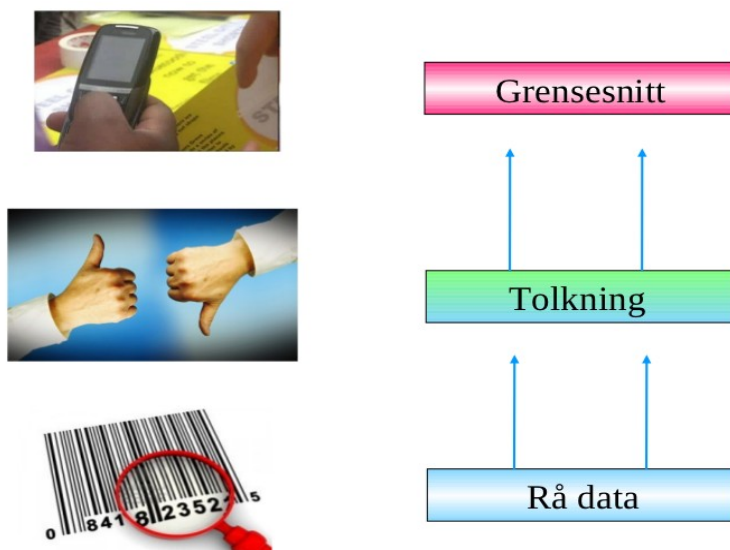
Forbrukeren skal få informasjon om hvor og hvordan maten er produsert, og hvor innholdet i maten kommer fra

Dette er igjen noe vi stiller oss fullstendig enig i, men er igjen uenige i hvordan denne informasjonen skal gjøres tilgjengelig. Utvalget foreslår å beskrive informasjonen på emballasjen, og igjen er det vår sterke anbefaling at informasjonen gjøres tilgjengelig som data. Dette vil løse

problemet med informasjonsoverflod; Brukeren kan velge sine egne betroede tredjeparter til å fortolke informasjonen (eksempelvis kan en melkeallergiker stole på Cøliakiforbundet), og grensesnittet kan bestemme hvilken informasjonen som skal presenteres og hvordan. Vi har laget en mobilklient som lar brukeren lese av strekkoder og få opp informasjon om varen. Han ser først en liste over varer med bilde, varenavn og leverandør. Han kan så velge å få mer detaljert informasjon som forteller hovedingredienser og grunnleggende næringsinnhold. Brukeren får mer detaljert informasjon etter behov.



Det viktige her er at vår klient er på ingen måte svaret med to streker, men bare en av mange mulige løsninger. Klienten er fri programvare, tilgjengelig for alle som ønsker å ta hele eller deler av funksjonaliteten og presentere informasjonen på sin egen måte. All dataene vi bruker er lagt ut på www.opdata.org (Open Product Data), server-tjenesten er også fri programvare og alle tolkningene som legges inn kan eksporteres hvis noen ønsker å sette opp sin egen tjeneste til fortolkning. Det er dette vi mener med at tjenesten er *distribuert*. Det er ingen SPoF (Single Point of Failure), vi gjør det så enkelt som mulig for andre å lage andre måter å presentere informasjonen på og vi gjør det så enkelt som mulig for hvem som helst å komme med synspunkter (fortolkninger) av varer og tjenester.



Hvis det utvikles informasjons-tjenester med offentlige midler, bør ikke bare dataene være fritt tilgjengelige, men også kildekoden for å legge til rette for gjenbruk.

Det er vår sterke anmodning er at informasjonen må være distribuert og allment tilgjengelig som rå data.

Referanse og arbeidsgruppe

Utvalget foreslår å nedfelle en referansegruppe på feltet, og vi anbefaler at en slik gruppe har et sterkt innspill av uavhengige representanter. Organisasjonene Informed Individual (oss), Oikos Økologisk Norge, Grønn Hverdag, Forbrukerrådet, Dyrevernsalliansen og Oslo Open Data Forum er organisasjoner som er økonomisk uavhengige, har fagkunnskap og interesse for feltet. I tillegg har Knut Jørstad i firmaet Factlines sjelden innsikt i å dokumentere verdikjeder.

Det bør også vurderes en permanent arbeidsgruppe som kan arbeide med informasjonsspørsmål knyttet til vare og tjenestehandel. Standardiseringsorganer som eks. W3C kan brukes som eksempel. Vi har selv erfart at dette er komplekse tema med mange tilknytninger og avhengigheter, og det kreves kunnskapsrike mennesker som har anledning å jobbe med dette på fulltid. Gruppen bør ha mulighet til å få innsikt i systemene til både forhandlere og leverandører, og de bør kunne jobbe internasjonalt.

Hvilken informasjon bør gjøres tilgjengelig, og hvordan

Informed Individual har definert begrepet Product Data til "data som kan beskrive en vare eller en tjeneste". Vi har foreløpig identifisert 6 forskjellige kategorier av data som kan brukes til å beskrive et produkt:

- Detaljert produktinformasjon – ingredienser (lenkede og detaljerte), næringsinnhold etc
- Overordnet produktinformasjon – klager, sykdomstilfeller, feilprosent etc
- Detaljert verdikjedeinformasjon – varesporing, transportmetode etc
- Overordnet verdikjedeinformasjon – opprinnelsesland, produsent, forselger etc
- Selskapsinformasjon – eierskap, omsetning, markedsandel
- Utsalgsinformasjon – lokasjon, åpningstider, vareutvalg, pris

På tvers av alle kategoriene kommer behovet for unike identifikatorer. En unik identifikator for et produkt kan være EAN koden, for et selskap er det gjerne organisasjonsnummeret. Dette er nødvendig for å knytte data sammen og lage sammenstilte datasett, også kjent som linked data.

Eksempler på relevante data

Som nevnt bør en referansegruppe / arbeidsgruppe få i oppgave å se nærmere på relevante datakilder. Vi har dog kjennskap til diverse datasett, og kommer med noen betraktninger så det blir mer konkret hva som trengs å gjøres.

EPD databasen

I Norge er det Elektronisk Produkt-Database, eller EPD databasen som har den store oversikten over matvarer. Databasen forvaltes av firmaet Tradesolution, som eies av de 4 store og Dagligvareforhandlerne Forening (DLF). En leverandør som ønsker å selge sin vare hos de 4 er pålagt å registrere vare sin i denne databasen. Det er kun de 4 som har lesetilgang. Vi har forsøkt å få lesetilgang til denne databasen i 3 år, uten å lykkes.

Det bør påpekes, at det er ikke tilstrekkelig at denne databasen blir publisert slik den er. Den er laget for å tjene behovene til dagligvarebransjen, som ikke er sammenfallende med forbrukernes.

- Databasen ikke fullstendig. Den inneholder ikke kjedespesifikke merker, som First Price.
- Dataen er ikke lenkbar. Innholdsfortegnelsen og produsent er kun beskrevet som tekst, og ikke med unike resurs-identifikatorer (URI) som eksempelvis organisasjonsnummer.

Hvis bransjen kan kreve at produkter i salg i Norge skal registreres med et minstekrav av informasjon, kan myndighetene det også. Dette kan gjøres på flere måter, men valgt metode må sikre allmenntilgang, struktur og pålitelighet.

Brønnøysundsregistret

Brønnøysundsregistret har den definitive oversikten over selskaper i Norge. Deres data er derimot ikke allment tilgjengelig. For å kunne hente ut sanntidsinformasjon, må man betale 150.000 kroner, pluss 50 øre per oppslag. Et engangsuttrekk koster 20.000 kroner. Dette begrunnes med at det er en kostnad for å gjøre dataene tilgjengelig, og at den må dekkes. Det er et prinsipp om at offentlig informasjon skal være allment tilgjengelig, og dette prinsippet overholdes ikke i dette tilfellet. Eksempelvis gjør organisasjonen OpenCorporates informasjon om 30 millioner selskaper verden over, og det koster ingenting.

Brønnøysundsregistrene bør pålegges å gjøre informasjonen allment tilgjengelig. Hvis Brønnøysundsregistrene ikke evner å gjøre dataene allment tilgjengelig av kostnadsårsaker, er det tilstrekkelig at Informed Individual gis gratis tilgang, så kan vi gjøre den fritt tilgjengelig for resten av verden.

Butikk-data

Enkelte selskaper gjør noe informasjon om butikker tilgjengelig idag. Coop har gjort posisjon, navn og åpningstider til deres utsalgssteder åpent tilgjengelig i en web-service, men de er de eneste. Kjedene har også inventarlistene tilgjengelig internet, men de er gjerne ikke fullstendige. Kjeden har ikke alltid full oversikt over hvilke varer som en butikk har i sitt assortiment, og hvertfall ikke lagerstatus. Når det gjelder pris utover salgsvare, varierer dette gjerne fra butikk til butikk og er ikke nødvendigvis registrert sentralt.

Her må en stor jobb gjøres av bransjen, og igjen er det regulering som må til. Bransjen har ikke evnet å gjøre noe av disse dataene tilgjengelig frivillig ennå, selv ikke noe så enkelt som posisjon og åpningstider til deres butikker.

Verdikjeder og E-sporings prosjektet

Verdikjeder er et svært komplisert tema. Hvis en forbruker leser en artikkel i avisen om en gård hvor dyrene behandles dårlig, er det svært vanskelig for forbrukeren å vite hvilke produkter som inneholder melk fra den gården. Spesielt gjelder dette varer som passerer landegrensene. Det er også et spørsmål om blandevarer, hvor varer som mel, melk og sjokolade blir sammenblandet til det ugjenkjennelige.

Dette kan løses gjennom detaljert varesporing og produkt-merking. Todimensjonelle strekkoder (QR) kan identifisere en vare helt ned til pallenummer, og her kommer prosjekter som E-Sporingsprosjektet inn. Desverre er det ingen form for gjennomsiktighet i denne dataen, og det er lagt stor innsats inn i hemmelighold av sporingsinformasjon. I tillegg skal fruktene av prosjektet overføres til et privateid selskap eid av bransjen selv, og det er tilogmed lagt bånd på prosjektet hvor det har lovet å ikke engang forsøke å få denne dataen gjort mer tilgjengelig.

Referansegruppen bør også få i oppgave å se på verdikjeder generelt og E-sporings prosjektet spesielt, med hensyn til hvordan data om verdikjeden til produkter skal gjøres tilgjengelig.

Konklusjon

Det er svært positivt at utvalget har identifisert informasjon til forbrukeren som en prioritet, og anbefaler å sette makt bak et krav om informasjonstilgang. Markedet fungerer ikke idag, nettopp på grunn av assymetri i tilgang på informasjon. Hadde forbrukeren hatt samme rettigheter til symmetrisk informasjon som en aksjehandler hadde dette ikke vært et problem. Vi har selv formulert et krav om informasjonstilgang, uten at dette foreløpig har fått politisk gehør.

Det er absolutt mulig å lage løsninger som gjør hverdagen enklere for forbrukeren, slik at han kan enkelt finne ut om varer er miljøvennlige, etiske, helsevennlige eller hva som er viktig for den enkelte. Teknologien eksisterer, men dataene mangler. Det er ikke i bransjens egeninteresse å gjøre informasjon tilgjengelig, og henviser til konkurransehensyn og kostnader når de blir konfrontert med anmodninger om tilgang. Det er tydelig at det eneste som vil fungere er regulering.

En lov om tilgang på regulering må dog formuleres bredt, slik at man unngår å single ut enkeltaktører og enkeltbransjer. En lovendring bør fokusere på forbrukerens behov, og ha tatt hensyn til alt fra matvarer til restauranter, el-varehus, drosjer og byggevarer.

Man må også fokusere på løsninger for fritt tilgjengelige produkt-data, ikke på å lage portaler.

Vi ser positivt på denne høringen, og ser frem til det videre arbeidet. Vi gjør våre løsninger, våre erfaringer og vårt initiativ tilgjengelig for departementet.

Med hilsen

Øystein B. Jakobsen

Daglig leder, Informed Individual