

Nærings- og handelsdepartementet
Postmottak@nfd.dep.np

Vår dato: 14.07.2019

Høringsvar NHO Reiseliv – Forslag til lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden

NHO Reiseliv viser til høringsnotat fra Nærings- og fiskeridepartementet med forslag til ny lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden. NHO Reiselivs høringsuttalelse følger nedenfor. Vi vil først gi noen generelle kommentarer før vi kommenterer spesifikt på de enkelte paragraf-forslag.

Generelle kommentarer om markedssituasjonen for storhusholdningsmarkedet i Norge

NHO Reiseliv representerer over 3000 medlemsbedrifter og er den største arbeidsgiver- og næringsorganisasjonen for reiselivet i Norge. Reiselivsbedriftene i Norge hadde samlede inntekter på 192 milliarder kroner i 2017. Reiselivsnæringen sysselsetter over 160.000 årsverk.

Svært mange av våre medlemmer driver innen overnattings- og serveringsbransjen, som er en viktig bransje for Norge og hvor matvarer utgjør en sentral del av produktet. Overnattings- og serveringsvirksomhetene omsatte for 79,5 milliard i 2016, en økning på 5,7 prosent fra året før. Videre økte antall sysselsatte med 4,0 prosent fra 2015 til 115 500 i 2016.

Det norske reiselivsproduktet er avhengig av god og effektiv konkurranse i hele verdikjeden for mat og drikke i Norge. Reiselivsnæringen er preget av små marginer, og en liten økning i prisen på matvarer vil kunne ha store konsekvenser for svært mange aktører i næringen. Norge er i tillegg et høykostland internasjonalt, og lite effektiv konkurranse vil kunne gjøre matvarer dyrere i Norge og dermed gjøre det norske reiselivsproduktet mindre attraktivt.

NHO Reiseliv driver også NHO Reiseliv Innkjøpskjeden. Dette er et Non-profit selskap i regi av NHO Reiseliv, tilgjengelig for medlemmer av NHO fellesskapet med relevans innen primærområdet for storhusholdning/storkjøkken. Innkjøpskjeden fremforhandler og vedlikeholder konkurransedyktige avtaler som gir medlemmene meget fordelaktige betingelser på et stort sortiment av varer og tjenester som kolonialvarer, ferskvarer, nonfood, mineralvann, alkoholholdige drikkevarer, anskaffelser, tjenesteleverandører, forsikring, innløsning av korttransaksjoner etc.

NHO Reiseliv har en sterk interesse i storhusholdningsmarkedet er åpent og preget av konkurranse. Vi ønsker mest mulig konkurranse blant grossistene, for dette vil gi bedre priser til våre kunder i storhusholdningsmarkedet, for eksempel hoteller og restauranter,

som igjen gir de beste prisene til forbrukerne, altså både lokale og internasjonale besøkende. Dette vil også bidra til å gjøre Norge mer attraktivt som reisemål.

Hovedproblemet med dagens markedssituasjon slik NHO Reiseliv ser det er beskrevet på i rapporten fra "Etableringshindringer i dagligvarebransjen" fra Oslo Economics oktober 2017. På s.43 i kapittelet 5.6 Vertikal integrasjon står det

Som beskrevet i kapittel 4, er de tre norske dagligvarekjedene fullintegrerte, og for enkelte varer strekker eierskapet seg helt fra produsent til butikk. Dagligvarekjedene betjener servicehandel – som de har betydelig eierinteresse i – så vel som storhusholdning (...) Videre vil en ny grossist også måtte opprette egen distribusjonsvirksomhet eller leie inn distribusjonstjenester – ettersom de fleste norske leverandørene ikke lenger har egen distribusjon.

Dette er en presis beskrivelse av bransjen. Vi ser det som lite sannsynlig at det vil etableres en ny nasjonal fullsortimentsgrossist i Norge innenfor storhusholdningsmarkedet de neste årene. Konkurransesituasjonen i markedet for fullsortimentsgrossister for storhusholdningsprodukter kan i dag beskrives som meget redusert.

NHO Reiselivs medlemmers befinner seg i det store og det hele innfor hotell, restaurant, kantine og catering (Horeca). Disse segmentene står for over 60 % av alt innkjøp i storhusholdningsmarkedet. Innenfor noen underkategorier har Horeca en enda større andel, eksempelvis tørrvarer 80 %, bakevarer 88 %, rødt kjøtt 92 % og Kiosk/non-food 95 %. Av dette markedet igjen kontrollerer grossistene betingelsene (lager, distribusjon og økonomiske ytelser) for tørrvarer 94 %, bakevarer 50 %, rødt kjøtt 72 % og kiosk/non-food 81 %. Disse tallene er hentet fra Horeca-rapporten 2019 og Storhusholdningsguiden 2018 (Flesland-rapporten).

Slik distribusjonsmarkedet er i dag, er det i realiteten kun to aktører som kontrollerer dette markedet, nemlig NorgesGruppen/Asko og Servicegrossistene. En så mangelfull konkurransesituasjon har konsekvenser for våre medlemmer. Med to aktører, hvor en er svært dominerende både på storhusholdning og dagligvaremarkedet, blir man svært sårbar i både forhandlings situasjoner og daglig drift.

Våre medlemmer og vår innkjøpsgruppe er prisgitt prisforhandlingene som grossist gjør med produsent. Dette betyr at produsenten ikke vet sluttpris på sitt produkt til sluttbruker, og at sluttbruker ikke vet opprinnelig pris fra produsent. Den manglende åpenheten går ut over konkurransen og forhandlingsrommet i bransjen.

I Storhusholdningsmarkedet på fullsortimentsgrossister er det i realiteten ingen reell konkurranse når det gjelder økonomiske vilkår. Dette da ASKO (NorgesGruppen) har en dominerende markedsandel innenfor storhusholdningsmarkedet. Konsolideringen innenfor fullsortimentsgrossistene i Norge fra 2000 til 2013, etter opphør av NKL Link og Menigo Foodservice (Ica Meny) har resultert i at ASKO i realiteten har samarbeidsavtaler med samtlige nasjonale eierintegrerte kjeder så vel som nasjonale profiluavhengige Innkjøpskjeder, med unntak av Samkjøpsgruppen og Systemkjøp.

Det eksisterer i dag ikke alternative grossister som kan oppfylle vårt krav til sortimentsbredde, nasjonal distribusjon, totale økonomiske betingelser og forventet servicenivå.

NHO Reiseliv mener at forslag om en lov om god handelsskikk også må inkludere et effektivt apparat som kan regulere konkurransen, adferd og tvisteløsning i storhusholdningssektoren. Det bør også fremmes andre konkrete tiltak for å styrke konkurransen, redusere etableringshindre og regulere kommersielle forhold i verdikjeden for mat og drikke. Nedenfor har vi også en kommentar til § 2 Virkeområde som går inn på dette.

Spesifikke kommentarer til enkelte paragrafer i "Forslag til lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden"

§ 1 Lovens formål

NHO Reiseliv mener at det alternative forslaget som departementet stiller opp samsvarer langt bedre med de hensynene bak reguleringene som er anført både i NOU-en og i høringsnotatet. For utdypende synspunkter, se høringsvaret fra NHO.

§ 2 Virkeområde

I lys av våre kommentarer over under generelle merknader om storhusholdningsmarkedet, mener vi det er naturlig at § 2 virkeområde endres til også å omfatte storhusholdningsmarkedet/storkjøkkenmarkedet. Det er naturlig at en lov om god handelsskikk også berører disse problemstillingene. Det er for lite transparens i prisstrukturen mellom produsent, leverandør og sluttbruker, og loven bør behandle også disse problemstillingene.

På side 41 i høringsnotatet skriver departementet:

Loven gjelder også for dagligvarekjeders innkjøp for videresalg til storkjøkkenvirksomhet, typisk der en dagligvareaktør samordner innkjøp av varer som skal videreselges til forbruker, med innkjøp av varer som skal videreselges til storkjøkkenvirksomheter. Loven gjelder derimot ikke for andre aktørers innkjøp til storkjøkken, for eksempel sykehuskantiner, hoteller eller restauranter som gjør egne innkjøp. Innkjøp til blandede virksomheter, for eksempel restauranter som også selger dagligvarer, er ikke ment å reguleres av loven, med mindre dagligvaresalget utgjør hovedvirksomheten.

NHO Reiseliv mener denne avgrensningen gjør at loven ikke dekker sentrale deler av markedet. Denne avgrensningen gjør det også vanskelig å skille mellom hvem som er omfattet og ikke. Som påpekt over er den største aktøren innen distribusjon på storhusholdningsmarkedet også den største aktøren innen dagligvare. NHO Reiseliv mener derfor at det er bedre om man fjerner avgrensningen på s.41.

Håndheving og tilsyn

NHO Reiseliv støtter høringsvaret fra NHO.

Forretningshemmeligheter og vern mot etterlikning

NHO Reiseliv støtter høringsvaret fra NHO på dette punktet

Sanksjoner ved overtredelser

NHO Reiseliv stiller seg bak høringssvaret fra NHO på dette punktet.

Vennlig hilsen

NHO Reiseliv



Kristin Krohn Devold
Administrerende direktør



Morten Karlsen
Innkjøpsdirektør