



Landbruks- og Matdepartementet

Postboks 8007 Dep  
0030 Oslo

Deres referanse

Vår referanse

Dato

11-3418

29.11.2011

Til

Landbruks- og matdepartementet  
Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet  
Fornyings-, administrasjons- og kirkedepartementet

***Innspill til NOU 2011:4***

***Mat, makt og avmakt – om styrkeforholdene i verdikjeden for mat  
fra Norsk Nærings- og Nytelsesmiddelarbeiderforbund***

NNN har gjennomgått NOU 2011:4 og vil anføre at vi er svært tilfreds med at det er foretatt en slik bred gjennomgang av verdikjeden for mat. Vi har vært opptatt av disse problemstillingene i mange år, og allerede i 1996 laget FAFO på oppdrag fra oss en analyse av disse forholdene. Vi mener at NOU 2011:4 gir en god og korrekt beskrivelse av styrkeforholdene i den norske matkjeden.

Vi er også enige i hovedkonklusjonen om at det har skjedd en betydelig maktforskyvning fra industri til de fire paraplykjedene, og at det er uheldig både for samfunn og forbrukere at det skjer en ytterligere forskyvning av makt.

NNNs medlemmer har fått føle denne maktforskyvningen i flere sammenhenger.

Det er stor spenning blant de ansatte i bedriftene hver høst når "jakta" på neste års avtaler er i gang. Det er ofte avgjørende for bedriftens arbeidsplasser om man får fornyet avtaler. Det spesielle med Norge, i motsetning til andre land, er at det kun er fire kunder å forholde seg til. I Norge finnes det over 2000 matbedrifter som skal selge sine produkter til disse fire, og det er ingen tvil om at det er disse som sitter med regien og har "portvoktermakta". Som man kan lese i rapporten er denne situasjon lite tilfredsstillende, og det brukes uttrykk som fryktkultur etc.

Det er også vanskelig for bedriftene å satse langsiktig med innovasjon og produktutvikling når avtaler har så kort levetid som ett år.

Også kjedenes bruk av egne merkevarer (EMV) er noe som er med på å flytte makt ytterligere. Dette påvirker også matindustriens mulighet til langsiktig innovasjon og nyskapning. Stort sett er dette kopiprodukter og bidrar i så måte ikke til et bredere vareutvalg.

Rapporten viser til at det er flere land i Europa som allerede har regulert dette markedet igjennom flere tiltak. England har også gjennomført en egen lov om god handelsskikk. Det er også startet et stort arbeid i EU for å se på muligheter for å innføre tiltak innenfor dette området for hele EU-området. Da Norge har et enda mer konsentrert marked er det svært viktig at tiltak blir iverksatt så snart som mulig.

NNN støtter alle forslagene som kommer i fra utvalget, og vi er videre opptatt av at loven må omfatte alle salgskanaler, dvs. dagligvarebransjen, kiosk og bensinstasjon, hotell, restaurant og kantinemarkedet.

Vi ønsker allikevel å presisere noen av forslagene og beskrivelsene som ligger i dokumentet:

### **1. Ny lov om god handelsskikk og dagens konkurranselovgivning.**

Den urimelige forretningsadferden som påpekes i rapporten, vil i mange tilfeller ikke falle innenfor virkeområdet til lov av 5. mars 2004 (konkurranseloven) om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger. Det vil si at konkurransetilsynet ikke vil ha kompetanse til å gripe inn. Det anses heller ikke pr. i dag at noen av de fire dagligvarekjedene er dominerende aktører i markedet. Dette til tross for at den ene aktøren har kontroll på innkjøp med over 50 % hvis man ser alle salgskanaler under ett.

Samlet sett innebærer ovennevnte at det kun er en meget begrenset del av de handlinger som er beskrevet i rapporten, som man kan slå ned på med hjemmel i konkurranseloven.

Ved å ha en egen lov om god handelsskikk vil den kunne fange opp flere forhold som ikke rammes av konkurranseloven.

Det har blitt hevdet at en slik lov vil være et inngrep i det grunnleggende prinsippet om avtalefrihet i norsk rett. NNN kan ikke se at dette kan være noe avgjørende argument mot en ny lov, da lovgiver allerede i omfattende grad har vedtatt lover som ut fra andre viktige samfunnsmessige hensyn griper inn i partenes frihet til å inngå avtaler, og som regulerer på hvilke måter dette kan gjøres. Her kan nevnes lov om god meglerskikk for eiendom, god meglerskikk for forsikringsmeglere og regler for god advokatskikk.,

Hva loven skal inneholde, og forslaget om et eget ombud, er godt beskrevet i utvalgets rapport og vi støtter opp under dette. Vi vil for øvrig presisere viktigheten av forslaget om at også tredjepart har anledning til å fremme saker for ombudet da det ofte er vanskelig for direkte berørte parter å fremme saker.

### **2. Distribusjon**

Utvalget beskriver detaljert om distribusjon fra leverandør til butikk. Det pågår i dag en sterk maktkamp mellom leverandør og dagligvarekjedene for å få kontroll på distribusjon. Det vil si at kjeden presser på for at alle varer skal gjennom grossisten som kjeden også eier.

NNN vil fremheve hvor viktig kontrollen på distribusjon er for maktbalansen i matkjeden.

De som fortsatt har egen distribusjon er Tine, iskrem, bryggeri- og mineralvannsbransjen og bakerier. Her er det i årevis brukt pressmidler for å tvinge leverandører til å gi fra seg distribusjon til kjedene. Dette er et viktig område som en ny lov om god handelsskikk og ombudsmann må overvåke spesielt, slik at ikke leverandørene blir tvunget til strategiske grep som forflytter maktbalansen ytterligere. Det pågår for tiden en ganske hard kamp om kontrollen over distribusjon i bryggeri- og mineralvannsbransjen.

Coop, Norgesgruppen og noen av de mindre øl og mineralvannsprodusentene har drevet et intenst lobbyarbeid for å få fjernet, og gjøre om på en avgift som i dag eksisterer på engangsemballasje.

Hvis de lykkes med dette er vi redd også distribusjon vil bli flyttet fra bryggeriene til dagligvarekjedene. Det vil i så fall bety en ytterligere maktforskyvning.

### **3. Matmerking og forbrukerne**

NNN er svært opptatt av forbrukeropplysning, og påpeker at forslaget om merking av mat med fullstendig næringsdeklarasjon er viktig. Forbrukerne skal være i stand til å kunne foreta informerte, trygge, helsefremmende og bærekraftige valg av matvarer.

NNN mener også at forbrukerne skal ha rett til å vite hvor maten faktisk er produsert. Enkelte av kjedene nekter å oppgi produksjonssted, spesielt på EMV produkter. Uten denne type merking fra kjedene fjerner man muligheten for en reel forbrukerpåvirkning. Derfor er dette viktig både for forbrukerne og samfunnet

#### **4. Egen lov om Franchise**

Det foreslås av utvalget å vurdere å innføre en egen lov om Franchise. NNN mener at det må igangsettes en egen utredning rundt innføring av franchiselov. Som rapporten beskriver er det de ansatte i butikken, og den lokale kjøpmann som er den svake og usynlige part i denne verdikjeden. For ansatte er det viktig å få på plass et lovverk slik at også de kan få etablert grunnleggende bedriftsdemokratiske rettigheter som i andre store konsern. Franchisedrift setter i dag en effektiv stopper for dette.

#### **5. Forslag om Eierskapsbegrensning**

NNN vil også støtte opp om mindretallsforslaget som omfatter en egen utredning om eierskapsbegrensning i matkjeden. Vi mener imidlertid at hvis man får på plass en lov om god handelsskikk, så kan dette løse mange av utfordringene. Det kan også sikre en bedre balanse slik at det blir lettere for mindre produsenter å slippe til i matvarekjedene.

#### **6. Forbud mot salg med tap.**

NNN mener at en egen utredning om "forbud mot salg med tap" må utredes, og vurderes tatt inn i ny lov om god handelsskikk.

NNN vil til slutt påpeke det faktum at forslagene fra det bredt sammensatte utvalget har stor oppslutning og det er svært få som har tatt dissens. NNN og Handel og Kontor har også igjennom en egen undersøkelse blant lokale folkevalgte og befolkning fått konstatert at det er stor oppslutning om forslagene fra utvalget. Vi mener også at det haster med å få gjennomført tiltakene da mange aktører avventer de politiske beslutninger i forhold til de veivalg som tas.

Med vennlig hilsen

Jan-Egil Pedersen  
Forbundsleder

Norsk Nærings- og Nytelsesmiddelarbeiderforbund