

Nærings- og fiskeridepartementet
Postboks 8090 Dep
0032 OSLO

Høringssvar om forbud mot usaklige forskjeller i innkjøpsbetingelser i verdikjeden for mat og dagligvarer

Tre store aktører dominerer det siste leddet i dagligvaremarkedet i Norge. Dette er høringssvaret fra den fjerde.

Høringsnotatet er et solid stykke arbeid, som tar for seg dagligvaremarkedet og utfordringene knyttet til forskjeller i innkjøpspriser på en saklig, god og nøytral måte. Dette høringssvaret fra oss vil derfor ikke være så veldig omfattende. Det meste står allerede i notatet. På side 53 i notatet kan man lese følgende:

«En regulering vil imidlertid påvirke dagligvarekjedenes insentiver til å forhandle hardt med leverandørene, siden det da er sannsynlig at også konkurrentene vil oppnå liknende vilkår. Leverandørene vil heller ikke ha insentiver til å gi én enkelt kjede rabatter, fordi den også vil kunne måtte gi de samme rabattene til alle kjedene. En slik inngripen i markedsaktørenes fohandlings- og kontraktsfrihet vil påvirke aktørenes muligheter til aktørene [sic] å forhandle fram effektive kontrakter. Dette igjen kan få konsekvenser for både innovasjon og verdiskapning, samt hva forbrukerne møter av pris og utvalg i dagligvarebutikkene.»

Vi kunne egentlig ha sluttet her. Det er lite vits i å forhandle om du vet at alle uansett får det samme. Det er ingen vits i å sette seg inn i motpartens posisjon, prøve å finne ut hva motparten vil, og så holde det tilbake eller tilby litt av det mot å få den ekstra tiøringen. Eller å oppføre seg redelig, og satse på at det år etter år lønner seg å hele tiden *levere* på det som er avtalt, slik at man oppnår en fordel fordi man kan tilby *forutsigbarhet*, som man kanskje nå har fått med seg at er det aller viktigste i privat sektor. Når alle vet hva alle får eller hvorfor man får det man får, ja da dør forhandlingsinstituttet.

Dette er den umiddelbare konsekvensen av forslaget. På lengre sikt er konsekvensen at også den største kjeden må satse mer på egne merkevarer (EMV), egne leverandører eller egne produkter med et bittelitt annet innhold for å skille seg fra de andre eller oppnå en liten fordel. Det siste ser vi i elektronikkbransjen, hvor to tilsynelatende like TV-apparater skilles ved at den ene har en ekstra bokstav i typebetegnelsen sin, slik at man egentlig ikke kan sammenligne. Det er derfor dere ser at leverandørene unisont er imot forslaget. Litt høyere pris til Norgesgruppen, som jo blir resultatet over tid, er ikke i nærheten av å oppveie frafallet av volum som følge av at Norgesgruppen må satse mer på EMV for å skille seg ut. Alternativet til mer EMV, altså produkter med marginale forskjeller, vil kunne opprettholde forskjellene i innkjøpsbetingelser, men kostnaden ved å måtte produsere flere linjer med nesten identiske produkter der man tidligere produserte én vil til slutt havne hos forbruker.

Og når vi da først har fått reguleringsmyndighetene inn i bransjen vår, så er vårt tips at de i stedet for å fjerne ordningen når de ser at det går galt, slik de gjorde i Frankrike, heller vil pålegge oss nye ordninger for å bøte på konsekvensene av de forrige. Altså et slags forbud eller begrensning av EMV, som en del politikere allerede tar til orde for. Eller et forbud mot varer fra samme produsent som er så og så like hverandre.

BUNNPRIS

Selv om intensjonen her er god, er vi allikevel sterkt bekymret for at man beveger seg mot et regime som gjør det vanskeligere og ikke enklere for små eller nye aktører.

Svar på spørsmålene til høringsinstansene:

Hvordan vil en forskrift som forbyr, eller regulerer, ulike innkjøpspriser i dagligvarebransjen påvirke etableringsmulighetene i dagligvarebransjen?

- I liten eller ingen grad. Utenlandske kjeder som selger mat stoppes av importvernet, som gjør at de ikke kan ta med seg fordelene av opparbeidede innkjøpsbetingelser hit. Nye nasjonale kjeder er en utopi. Det koster 10 millioner kroner å etablere én mellomstor butikk bare i utstyrsinvesteringer, samt minimum 30 millioner kroner for å bygge et mellomstort butikklokale, om man da ikke inngår en veldig lang (minimum 10 år) og dyr leieavtale med en eiendomsaktør. Marginene som skal forsvare investeringene er i tillegg syltynne. Ingen med vettet i behold starter en ny kjede av typen vi kjenner i dag fra bunnen av.

Hvordan vil en forskrift som forbyr eller regulerer ulike innkjøpspriser i dagligvarebransjen påvirke konkurransen mellom dagligvareaktørene?

- Den har allerede gjort arbeidet opp mot myndighetene viktigere enn arbeidet opp mot kundene. Vi tror dette vil forsterke seg. I tillegg vil det som nevnt ovenfor gi mer EMV og mer bruk av marginalt forskjellige varer fra samme leverandør til ulike aktører.

Hvis en forskrift skal oppstille objektive kriterier for når en leverandør anses å ha «vesentlig markedsrett», hva bør kriteriene være?

- Terskelen bør være vesentlig høyere enn 100 millioner kroner. Med et så lavt tall så er omtrent alle merkevareleverandører med, og beløpene det er snakk om i konkurranseulempe mikroskopiske. En milliard bør være minimum, men helst bør den være enda høyere.

Hvordan kan en definisjon av *varekategori* benyttes i en forskrift, og hva bør innholdet i så fall være?

- Den bør følge etablerte kategorier i Tradesolution eller hos AC Nielsen.

Er det behov for en operasjonell definisjon av «likeverdige ytelser» og hva bør innholdet i så fall være?

- Dette er det veldig vanskelig å gjennomføre. Dersom konsekvensen blir forskjellige varer til forskjellige kjeder, hvor stor må forskjellen da være? Ett gram smør? En halv teskje sukker? Og hva med ytelser knyttet til fellesmarkedsføring, som vi i Bunnpris er helt avhengige av. Vi er minst på volum, men vi prøver å være gode på innovasjon og nyheter, samt best på forutsigbarhet. For noen leverandører er de siste vel så viktig, fordi det gir vekst på lang sikt, men for andre teller det mer med volum eller salgspøking i det korte bildet. Å sette bastante verdier her gjør det enkelt for reguleringsmyndighetene å sette opp regneark, men ikke så lett å være en liten kjede.

Hva kan være en operasjonell definisjon av «ulike innkjøpsbetingelser», som samtidig er tilstrekkelig fleksibel til å hensynta relevante forhold?

- Her støtter vi oss på departementets eget syn, fremsatt i linjen før spørsmålet: «Som det fremgår ovenfor, er det etter departementets syn krevende å gi en enkel definisjon av *ulike innkjøpsbetingelser*, da det må gjøres en konkret sammenligning av innkjøpernes priser, rabatter og andre relevante vilkår.»

Bør forskriften angi hvilke forhold som utgjør saklig begrunnelse for forskjeller i innkjøpspriser?

- Det tror vi vil kreve en ny rekke definisjoner og avklaringer. Som nevnt tidligere er det en del begrunnelser som ikke lar seg beregne, som forutsigbarhet.

Hvor langt bør en begrunnelsesplikt for forskjeller i innkjøpspriser gå? Bør leverandørene ha en opplysningsplikt til Konkurransetilsynet om kontraktsvilkårene i leverandøravtaler som er inngått?

- En slik begrunnelsesplikt vil kreve mye arbeid både fra leverandører og Konkurransetilsyn. Vi vil tro det er en fare for at det kan tvinge frem en standardisering av avtalene, som gjør det vanskeligere for små aktører, som oss, å finne nye samarbeidsformer med leverandørene.

Bør forskriften stille krav om åpenhet i forhandlingene mellom leverandør og grossist/dagligvarekjede?

- Bare om man ønsker å avlyse konkurransen på innkjøp. Hemmelighold, det at man aldri *kan vite* om man er helt i mål, hverken når det gjelder det leverandøren har gitt til andre eller hvor mye leverandøren beholder selv, er det som gjør at innkjøper gjør sitt ytterste for å presse prisen. For innkjøperen er det den relative innkjøpsprisen som er interessant. Dersom man *vet* at konkurrenten får det samme, så trenger man ikke innkjøpere. Resultatet blir at marginene havner litt lenger bak i verdikjeden, litt lenger unna forbrukeren.

Bør en forskrift stille krav om at samtlige innkjøpsvilkår og ytelser skal nedfelles skriftlig i kontrakten mellom leverandør og kunde?

- Dette er det oss bekjent krav om allerede i dag.

I hvilken grad vil forslaget forby prisdiskriminering som ikke er konkurransbegrensende (sic) eller som har positive virkninger på konkurransen?

- Å oppnå prisdiskriminering eller utligne den er enhver innkjøpers fremste oppgave. Kjøper vil derfor stadig vekk prøve å finne nye argumenter for å lokke selgeren til å satse litt mer på seg. Det kan være nye typer kampanjer, en ny plassering av selgerens varer eller utvikling av helt nye varer. I denne dynamikken er det vår klare oppfatning at det over tid skapes fordeler for forbrukeren. Forslaget vil gi leverandørene en mulighet til å avslutte enhver forhandling med henvisning til regelverket, og sjansen er dermed stor for at innovasjonen vil begrenses.

Dersom en forskrift skal stille krav til konkurransebegrensende virkninger, hvor omfattende bør en slik vurdering være?

- Den bør bare omfatte de største leverandørene, og bare dersom disse har vesentlig markedsmakt.

Bør det i en virkningsvurdering være mulig å ta hensyn til aggregerte virkninger i markedet? Med aggregerte virkninger menes at flere leverandøravtaler i markedet vurderes samlet og ikke hver for seg.

- Dette er et bedre alternativ. Ettersom leverandørene ikke kan vite den aggregerte virkningen, vil skadepotensialet for forhandlingsinstituttet være mindre.

Hvordan kan dagligvarekjedene i større grad ansvarliggjøres?

- Det er det som det står i notatet vanskelig å se. Dagligvarekjedene vet ikke forskjellene i innkjøpspriser, og da er det vanskelig å holde dem ansvarlige for resultatet, dersom man ønsker å beholde en viss grad av rettssikkerhet.

Hva bør sanksjonene for brudd på en eventuell forskrift være?

- Krav om opphør. Overtredelsesgebyrene i konkurranseloven er og må være drakoniske, og bare det at dette skulle henge over forhandlingene ville føre til at de avsluttes ganske umiddelbart.

Vil innføring av et markedsføringsverktøy kunne avhjelpe utfordringer knyttet til prisdiskriminering, og/eller andre utfordringer i dagligvaremarkedet på noe lengre sikt?

- Det er ikke så lett å svare på det, all den tid verktøyet ikke er beskrevet, men ut ifra beskrivelsen av hensikten med verktøyet, virker dette som en bedre vei å gå. At det ligger noe lenger frem i tid enn dagens forslag, som har klare negative sider, burde ikke være noe problem. Bransjen er ikke på noen måte i en akutt krise.

Avslutningsvis vil vi si noe om Bunnpris' posisjon i markedet, og hvorfor dere skal være forsiktige med å høre på oss og de andre aktørene. Bunnpris har i skrivende stund en markedsandel på 3,5%. For å få gode betingelser kreves volum, og vi har derfor brukt å kjøpe inn ca 80% av det vi selger gjennom avtaler med en større aktør. Etter 2017 er denne aktøren Norgesgruppen. Norgesgruppen kan sies å ha glede av dagens situasjon, hvor de på grunn av sin størrelse og sin forutsigbare adferd er sikret gode betingelser fra leverandørene. Vi har tidligere hatt avtale med Rema, som totalt sett ikke hadde like gode priser på merkevarer, spesielt ikke kantsortimentet, men i stedet var ganske gode på EMV. Differansen mellom de to utgjorde for vår del totalt mellom to og tre prosent. Rema (og Coop) har derfor en interesse i at innkjøpsprisene skal bli regulert slik at forskjellen blir mindre. Leverandørene frykter med rette at forskriften vil føre til mer EMV eller mer unike varer per kjede, og ønsker dermed ikke forskriften velkommen.

For vår egen del kan man på den ene siden si at forskriften i det korte bildet vil utligne noe av ulempen ved å være liten, men på lengre sikt vil vi uansett måtte være knyttet til en stor aktør på grunn av økningen i EMV som kommer til å bli resultatet av forskriften. Tungen på vektskålen for vår del er derimot noe helt annet. I vår snart tohundreårige historie i norsk dagligvarebransje har vi aldri hatt større problemer med å overleve enn da myndighetene var tungt inne i bransjen gjennom prisdirektoratet i perioden 1945-1975. Når de utilsiktede virkningene av forskriften slår til, frykter vi at myndighetene vil svare med nye forskrifter, og at vi etter hvert vil nærme oss en situasjon hvor det er viktigere med politikerfokus enn kundefokus. I en slik situasjon vil det ikke være enkelt å være en liten aktør.

Helt til slutt vil jeg be dere om å ikke høre så mye på oss som er berørt, men heller lytte til hva den fremste faginstansen, Konkurransetilsynet, mener om forslagene.

Med vennlig hilsen

Christian Lykke
I.K. Lykke AS/Bunnpris