



Nærings- og fiskeridepartementet
Postboks 8090 Dep
0032 Oslo

Bergen, 16. desember 2022

postmottak@nfd.dep.no

Høringsuttalelse – forslag til forskrift om forbud mot usaklige forskjeller i innkjøpsbetingelser i verdikjeden for mat og dagligvarer

Vi viser til høringsbrev av 25. oktober 2022. Q-Meieriene har gjennomgått dokumentet, og oversender herved vår høringsuttalelse.

Oppsummert er vårt syn at forslaget til forskrift om forbud mot usaklige forskjeller i innkjøpsbetingelser i verdikjeden for mat og dagligvarer kan virke mot sin hensikt, og gi utilsiktede konsekvenser for norske forbrukere.

Om Q-Meieriene

Etter at konkurranse i meierisektoren ble etablert i 1995 ble det etablert flere gårdsmeierier. Gausdalsmeieriet og Jæren Gardsmeieri ble begge etablert i 1998, og i år 2000 kjøpte O. Kavli AS begge selskapene. Det ble starten på Q-Meieriene.

Q-Meieriene er Tines eneste utfordrer på flytende melkeprodukter, og henter selv melk fra 295 Q-bønder. Q-Meieriene er det eneste uavhengige selskapet i meierisektoren som konkurrerer i hele verdikjeden, fra fjøs til bord. Vi har fortsatt våre 2 meierier i Gausdal og på Jæren. Q-Meieriene har fokusert på merkevarebygging, forbrukerdrevne innovasjoner (for eksempel Skyr®), og omsetter i dag for ca. kr 2 milliarder. Markedsandelen totalt innenfor meierikategorien mot forbruker er på ca. 13 %, og innenfor total råmelk-anvendelse er andelen på ca. 9%.

Med bare én kategori er det avgjørende for Q-Meieriene å være til stede med en så stor andel som mulig av vareutvalget i *alle* dagligvarekjedene. Vi er helt avhengig av et minimumsvolum for å få avkastning på investeringene og kunne fortsette med å investere i innovasjon og produktutvikling. Vi trenger altså god konkurranse mellom kjedene, og ikke minst må vi kunne konkurrer på like vilkår med superdominante Tine.

I dagens marked har Q-Meieriene tre store kjedegrupperinger vi kan selge til og distribuere varene våre gjennom. Historisk ble Q nektet tilgang til distribusjon via Landbrukets Ferskvaredistribusjon, og måtte tenke innovativt for å etablere en egen distribusjonsløsning



sammen med NorgesGruppen og BAMA for å få varene transportert til butikkene. I dag er kjedenes egne grossister vårt eneste reelle alternativ.

Vår virkelighet

Høringsnotatet bygger på en hypotese om at det foregår usaklig prisdiskriminering, og at økt konkurranse mellom dagligvarekjedene vil oppnås med å disiplinere «leverandørens prissetting». Dette underbygges med at undersøkelser viser at leverandørene selger varer til ulik pris. Dette er riktig, men det er fordi prisdannelsen gjøres i individuelle forhandlinger med den enkelte kjede, og er et resultat av ytelser og motytelser forhandlet over tid.

Vi opplever forhandlingene med dagligvarekjedene som svært tøffe, men med fokus på ytelser og motytelser. Det er viktig å påpeke at det ikke er leverandørene som «gir» prisene til kjedene, de blir til som en del av betingelsene i forhandlingene, hvor kjedene har betydelig kjøpermakt. Husk at kjedene i mange tilfeller er mye mindre avhengig av leverandøren enn motsatt. Kjedene har ofte et utsidealternativ, som betyr at leverandørens produkter kan erstattes. Med tre kjeder eksiterer ikke et slikt alternativ for leverandørene.

Som merkevareleverandør er vi avhengig av virksom konkurranse mellom kjedene om distribusjonstjenester, logistikk-løsninger, samarbeidsprosjekter og innovasjon. Merkevarerleverandørene må altså kunne «kjøpe» ulike motytelser hos kjedene som da vil reflekteres i prisene (saklige forskjeller). Typisk velger kjedene ulike strategier og profil på sine forhandlinger. Derfor er det en svært lang rekke av elementer som vil gjøre at innkjøpsbetingelsene vil utvikle seg ulikt fra en ellers lik pris. Noen eksempler er kjedens vilje til å ta risiko og satse på innovasjon, gjennomføring av avtaler, sortimentskoder/-bredde, fast plassering i hyller/kjøler/torg, ekstraplasser på gulv, ulike kampanjetyper/-perioder/-åpninger, mulighet for salgsoppfølging i butikk, kategoriprosjekter, tilgang til og utveksling av kundedata og prognoser, automatiske utsendelser av varer, forhåndsavtalt volum til kampanje eller lansering og kjedens EMV-strategi, etc.

Våre synspunkter på forskriftsforslaget

Q-Meieriene mener at Stortingets mange anmodningsvedtak rundt økt konkurranse må utredes helhetlig. Uten dette står man i fare for å få konsekvenser av ett tiltak som går mot hensikten med ett eller flere av de andre. Her kan man potensielt gjøre irreversible skader i markedet, som i tillegg kan treffe ulikt. Vi mener at en helhetlig vurdering er viktigere enn å innføre, og teste, et forbud basert på et såpass usikkert grunnlag.

Vi frykter at de praktiske konsekvensene av forskriften som er på høring kan bli at prisene til forbruker blir høyere, det kan bli økt vekst for kjedenes egne varemerker (EMV) og også økt vertikal integrasjon. De to siste vil bety mindre innovasjon og mangfold. Her viser vi til NFD sin omtale av erfaringene fra det franske markedet hvor en tilsvarende lovgivning ble



avviklet og resultat var reduserte forbrukerpriser. Erfaringene fra Frankrike er relevante og en sterk indikasjon på hvordan et forbud kan virke mot sin hensikt også i Norge.

En slik forskrift kan gjøre at leverandørene avskrekkes fra å sørge for saklig og konkurransefremmende prisdiskriminering. Dette kan passivisere begge parter og sørge for mindre effektive forhandlinger. Å bli straffet for en usaklig prisdiskriminering vil også medføre et betydelig omdømmetap for leverandørene. Resultatet kan dermed bli høyere forbrukerpriser.

Dyrere varer fra norske leverandører kan igjen øke importen av ulike varer. I dagens situasjon hvor beredskap og økt norsk matproduksjon har høy prioritet, virker også forbudet risikabelt. Vi spør oss også hvilke vurderinger som vil bli gjort for å skille mellom saklig og usaklig prisdiskriminering av vilkår for utenlandske produsenter, som ikke har en særnorsk forskrift.

Kjedenes EMV vil ikke ha problemstillingen rundt ulike innkjøpspriser. Kjedenes kan øke sitt fokus på EMV, samt avtaler om eksklusivitet. Her vil de få full kontroll og forutsigbarhet rundt prisene på varer som kun selges til egne butikker. Her vil de opprette et leverandørforhold hvor leverandøren kun selger til en kjede, kjeden vil få all makt som eneste kunde og mangel på frykt for differensiering gjør at forhandlingen blir effektiv. Av samme grunner kan kjedene også kunne øke sitt fokus på vertikal integrasjon. Disse mulige effektene går direkte mot Stortingets anmodninger om lavere EMV-andel og mindre vertikal integrasjon i verdikjeden for mat.

Vi mener at en slik forskrift kan favorisere de største merkevareleverandørene (Tine, Nortura, Orkla, Bama, Ringnes, etc.) som har finansielle muskler, ressurser og et stort nok vareutvalg til å kunne tilpasse seg en eventuell forskrift. De aller minste leverandørene som vil oppnå nok skala med én stor kunde, vil omfavne EMV-muligheten. De mellomstore leverandørene (ofte med #2-posisjoner) vil bli taperen. En slik utvikling vil redusere konkurransen mellom merkevareleverandørene, redusere mangfoldet, kravet til effektivisering og bedre forbrukerpriser, og ikke minst redusere innovasjon i hele verdikjeden.

Vårt synspunkt på markedsetterforskningsverktøy for Konkurransetilsynet

Vi har ikke kunnskap om hvordan dette verktøyet skal brukes i praksis, og vi antar at dette må konkretiseres ytterligere. Generelt er vi positive til at Konkurransetilsynet får de verktøy som er nødvendige – men det er jo bruken og håndhevingen som til slutt vil avgjøre hvor godt dette eventuelt vil virke.

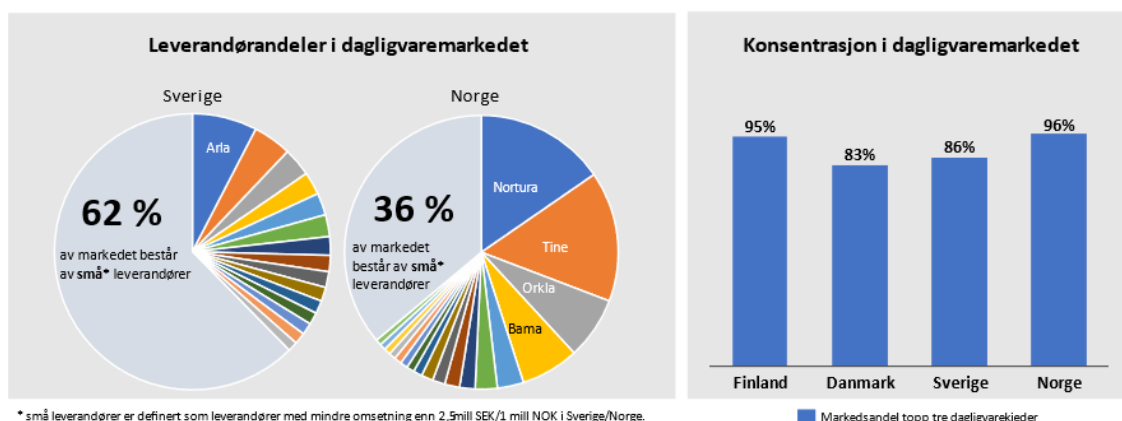
Våre synspunkter på arbeidet med økt konkurranse i verdikjeden for mat og dagligvarer

Q-Meieriene kjemper en kontinuerlig kamp mot Tine. Tine er superdominerende i alle meierikategorier, og distribuerer sine varer direkte til butikkene. I tillegg er Tine markedsregulator, som i praksis betyr at de styrer både pris og volum på melk i Norge. Etter at Tines monopol ble avvirket i 1995 har Q-Meieriene, Synnøve Finden og Rørosmeieriet klart å etablere en viss konkurranse i markedet. Denne konkurransen er nå truet, når regjeringen i Hurdalsplattformen slår fast at de ønsker å avvikle de konkurransefremmende tilskuddene som de uavhengige meieriene er avhengige av.

Dette er spesielt oppsiktsvekkende når Stortingets anmodningsvedtak 605, første del, lyder: «Stortinget ber regjeringen utrede ytterligere konkurransefremmende tiltak og fremme forslag som kan hindre dominerende markedsaktører i dagligvarebransjen i å misbruke sin markedsrett til å svekke konkurransen og stå i veien for nye og innovative aktører, ...» Dette støtter vi helhjertet.

Den store utfordringen i Stortingets arbeid, så langt, er at det fokuseres i stor grad på dagligvarekjedene. Konsentrasjonen på leverandørleddet er minst like høy, og faktisk høyere, i enkelte kategorier. Det er nok å nevne Tine, Nortura, Orkla og Bama. I tillegg er flere av disse, på samme måte som kjedene, vertikalt integrert – og flere produserer EMV for kjedene i større eller mindre grad. Bama er eid av kjedene og produserer EMV. Tine og Nortura er eid av bøndene, og Nortura produserer betydelige volum av EMV, mens Tine foreløpig ikke gjør det.

I figuren under kan man se en sammenligning med Sverige, hvor bredden på leverandørleddet er helt annerledes enn i Norge. I Norge har vi fire store leverandører som har nesten 50% av markedet. Det har ikke Sverige. I andre enden av skalaen har Sverige en mye større andel av små bedrifter enn Norge, noe som bl.a. bidrar til forskjell i mangfold.

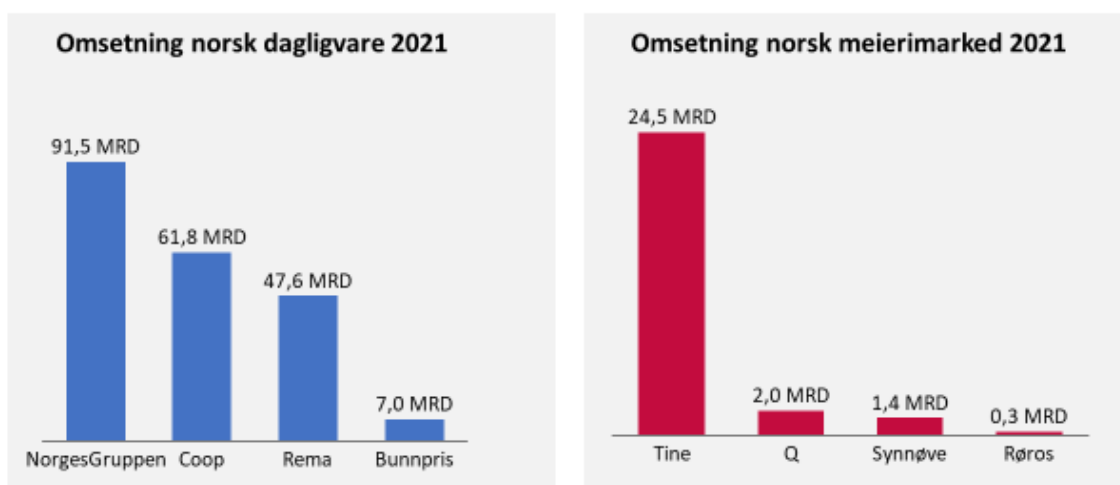


Norge er i en særstilling med 4 svært dominante aktører på leverandør leddet. Konsentrasjonen i meierimarkedet er svært høy med en superdominant aktør på nær 77% markedsandel.

Kilde: Sverige: <http://www.largestcompanies.se/topplistor/sverige/de-storsta-foretagen-efter-omsattning/bransch/livsmedelsframstilling>
 Norge: Årsregnskap for de 15 største leverandørene 2020/Proff.no 2020 tall fra Norge,

Stortingets anmodningsvedtak 605 viser klart hva Stortinget ønsker seg innenfor mat og dagligvarer: *Mer konkurranse*. Da er det et stort paradoks at samme regjering er i ferd med å redusere konkurransen i meierisektoren. Regjeringen har programfestet å utvikle konkurransefremmende tilskudd, mens Stortinget ber om at konkurransen skal økes. På samme måte som NFD sitt forslag om usaklige forskjeller i innkjøpsbetingelser må vurderes helhetlig sammen med andre tiltak, burde LMD sin utredning om konkurransefremmende tiltak i meierisektoren i stedet sett *helhetlig* på PU-ordningen.

For Q-Meieriene er dette svært alvorlig, og det vil medføre nettopp fare for EMV og økt vertikal integrasjon. Stikk i strid med de ambisjonene Stortinget uttaler. Sammenlignet med situasjonen blant dagligvarekjedene er konkurransesituasjonen i meieri verre. Se graf under:



Kilde: Proff.no

Vi viser til Konkurransetilsynet sin «Dagligvarerapport 2022» som understreker at «Høy markedskonsentrasjon og Tines generelt sterke markedsposisjoner i samtlige meierimarkeder, tilsier at konkurransen fremdeles er svak, og at det vil være behov for konkurransefremmende tiltak i næringen. Den svake konkurransen i meierimarkedene understøttes av at ingen nye større aktører har etablert seg i næringen de siste 15 årene.» Konkurransetilsynet sier videre at «I tillegg til at tilskudd kan være viktig for å videre utvikle konkurransen i meierimarkedene, er det viktig å understreke at flere av dagens tiltak helt eller delvis har hatt en begrunnelse i konkrete strukturulempene. I vurderingen av de konkurranse fremmende tiltakene er det derfor sentralt å vurdere om strukturulempene fortsatt er til stede i samme omfang som tidligere».

Landbruksdirektoratets utredning av konkurransefremmende tiltak rapport 47/2022 konkluderer med at konsentrasjonen i meierimarkedet fortsatt er stor og at en avvikling av de konkurransefremmende tiltakene vil svekke konkurransen. «Landbruksdirektoratets vurdering er at avvikling av de tre konkurransefremmende tiltakene kan medføre at Tines konkurrenter kan få mindre evne til å satse og investere i



meierimarkedet. Kostnadene ved å avvikle vil være så store at omstillinger synes mer sannsynlig. Uten andre tiltak er det sannsynlig at konkurransen i det norske markedet vil svekkes. Det er fare for mindre produktmangfold basert på norsk melk og mindre investeringer fra Tines konkurrenter. Når det gjelder konkurransen på råvareleddet er det direktoratets vurdering at tiltaket er avgjørende for å opprettholde denne. Vi antar at avvikling av konkurransefremmende tiltak i PU vil kunne gi sterkere insentiver til å utvikle importen.»

Dette er konkrete anbefalinger vi mener regjeringen må vektlegge fremfor en forutbestemt målsetning satt i Hurdalplattformen før evalueringen var gjennomført.

Vår konklusjon

Vi tviler på at forskriften om å gripe inn i forhandlingene og prisdannelsen mellom leverandører og dagligvarekjeder vil gi ønskede effekter. Vi frykter effektene vil bli økte forbrukerpriser, økt andel av EMV og redusert innovasjon og mangfold til forbruker.

De siste årene har Myndighetene iverksatt en rekke tiltak for å fremme konkurransen i dagligvaremarkedet, blant annet ved å vedta lov om god handelsskikk og opprette Dagligvaretilsynet. Konkurransetilsynet er tilført ekstra ressurser og gjennomfører årlige evalueringer av innkjøpsprisene mellom dagligvareaktørene. Vi mener det er viktig at myndighetene evaluerer de nye forslagene helhetlig, og sikrer at de har ønsket effekt for forbrukerne, før de innføres.

Vi tror at et markedsetterforskningsverktøy for Konkurransetilsynet kan være nyttig, men at dette må utredes grundig før det kan innføres.

Vennlig hilsen

Kristine Aasheim
Styreleder
Q-Meieriene AS