

# Er det rom for et bredt spekter av norske landbruksvarer i dagligvarehyllene?

*Kornkonferansen 2013*

# MAKT I DAGLIGVAREBRANSJEN

- Leverandørmakt
- Kjedemakt
  - 4 dagligvarekjeder
  - Snart 3?
- Matkjedeutvalgets funn
  - Kjedene har fått stadig større makt
- Norske leverandører og produkter merker utviklingen best
  - Betydningen av merkevarer
- Norge ikke avgjørende for multinasjonale leverandører

# REGULERING AV MAKT I DAGLIGVAREBRANSJEN

- Konkurransetilsynets og konkurranselovens rolle
  - Regulering av markedsrett
    - Hos leverandører og kjeder
  - Hindre markedskonsentrasjon gjennom oppkjøp og avtaler
    - NGs overtagelse av Ica Maxi butikker
  - Avtalen mellom Ica og NG om felles innkjøp- og distribusjon
    - Innkjøpsrett alltid positivt?
    - Varsel om midlertidig forbud mot implementering

- Dagligvarelovutvalget

- Ekspertutvalg som skal vurdere lov om god handelsskikk basert på Matkjedeutvalgets forslag
- En lov skal tjene forbrukerinteressene
- Vil regulere den vertikale relasjonen mellom leverandør og kjede
- Sikre redelig opptreden i kontraktsrelasjonen

# DAGLIGVAREKJEDENE SOM PORTVOKTERE

- Dagligvarehyllen er produsentenes vindu mot forbruker
- Et begrenset antall produkter har plass i hyllen
- Hva skal bestemme hvem som får plass i hyllen?
  - Forbrukernes preferanser?
  - Økonomiske ytelser til kjedene i form av hylleplassbetaling, joint marketing m.v.?
  - Forutberegnelighet
  - Små og mellomstore produsenters posisjon
- Vertikal integrasjon gjennom oppkjøp og avtaler (EMV)
  - Vertikal integrasjon et gode?
  - Likebehandling mellom kjedenes egne varer og leverandørenes merkevarer