

## **Mandat – utredning om egne merkevarer og vertikal integrasjon**

Oppdraget innebærer kartlegging av lønnsomhet, selskapsstrukturer og vertikale bindinger, herunder egne merkevarer, i verdikjeden for mat og dagligvarer:

### *Bakgrunn og formål med utredningen*

Det fremgår av Hurdalsplattformen at regjeringen ønsker å sikre en bedre maktbalanse i verdikjeden for mat gjennom bedre tilsyn, større åpenhet og mer rettferdig fordeling av verdiene i hele verdikjeden. For å nå dette målet er det viktig med effektiv konkurranse i hele verdikjeden for mat.

Et tema som har fått mye oppmerksomhet i debatten om konkurransesituasjonen i dagligvaremarkedet er vertikal integrasjon og kjedenes egne merkevarer (EMV). Vertikal integrasjon innebærer at aktører driver virksomhet på flere ledd i verdikjeden.

Dagligvaremarkedet har siden 80-tallet vært preget av økende vertikal integrasjon, for eksempel ved at kjedene kjøper opp leverandører, og starter opp egen grossistvirksomhet. Flere aktører i verdikjeden for mat har en komplisert selskapsstruktur med store konsern og mange datterselskaper. Dette bidrar til at informasjon om eierskap og lønnsomhet i dagligvarebransjen er til dels lite transparent.

EMV konkurrerer mot de uavhengige leverandørenes egne merkevarer både på pris og kvalitet. Det er stor variasjon innen produksjon av EMV. Noen EMV konkurrerer på pris, mens andre konkurrerer på kvalitet. Noen leverandører produserer både egne nasjonale merkevarer og EMV for en dagligvarekjede, mens andre utelukkende produserer EMV for en dagligvarekjede. Det er også leverandører som kun produserer sin egen uavhengige merkevare.

Vertikal integrasjon og EMV har ulike virkninger for konkurranseforholdene i verdikjeden for mat. Dette kan gi effektivitetsgevinster i form av effektiv informasjonsdeling på tvers av ledd i verdikjeden, lavere transaksjonskostnader og utnytting av stordrifts- og samdriftsfordeler. Et vertikalt integrert foretak ser gjerne virksomheten i sammenheng på tvers av verdikjeden, og vil derfor ikke ta ut marginer på hvert ledd. Sammen med effektivitetsgevinstene nevnt over, kan fraværet av dobbelt marginpåslag føre til at vertikalt integrerte selskaper setter lavere utsalgspriser i butikkene. I tillegg kan det tenkes at bruken av EMV kan skape mer konkurranse blant leverandørene. Samtidig kan vertikal integrasjon og EMV bidra til at dagligvarekjedene over tid får økt kjøpermakt overfor leverandørene. Gjennom at kjedene får økt makt til å bestemme hvilke produkter forbrukerne kan kjøpe, og selv opererer i leverandørmarkedet gjennom EMV, kan risikoen for at uavhengige merkevareleverandører fortrenses øke. Dette kan føre til etableringshindringer på leverandør-, kjede- og grossistledet. Videre kan det redusere innovasjonen og vareutvalget på sikt.

Hvorvidt vertikale bindinger og EMV har flest positive eller negative virkninger på konkurransen, og dermed priser, utvalg og innovasjon i verdikjeden for mat, er omdiskutert. Det er behov for å kartlegge omfanget av vertikale integrasjon og EMV, før virkningene kan vurderes nærmere. Videre vil en kartlegging av verdikjedens selskapsstruktur og lønnsomhet gi oppdaterte tall på lønnsomheten i bransjen, informasjon om forskjeller i lønnsomhet, og

bidra til å avdekke eventuelle bindinger mellom aktørene i bransjen. Dette er forhold som har betydning for å vurdere hvilke virkninger vertikale integrasjon og EMV har for konkurranse, pris og utvalg.

Utredningen vil være en del av grunnlaget for regjeringens videre arbeid med å styrke konkurransen i dagligvarebransjen og å følge opp Stortingets vedtak relatert til vertikal integrasjon, EMV, lønnsomhet og selskapsstrukturer.<sup>1</sup> Denne kartleggingen vil bl.a. danne grunnlag for et nytt eksternt analyseoppdrag vinteren 2023, der virkningene av EMV og vertikal integrasjon på konkurranse, pris og utvalg skal vurderes.

Nærings- og fiskeridepartementet og Konkurransetilsynet vil gjennomføre en informasjonsinnhenting, primært fra dagligvarekjedene, for å fremskaffe nødvendig informasjon for å gjennomføre flere av kartleggingene. Dette vil blant annet være informasjon om bindinger mellom aktørene, lønnsomhet, selskapsstruktur, eksklusivitetsavtaler og merking av EMV.

#### *Krav til utredningen*

Utredningen skal kartlegge lønnsomhet, selskapsstrukturer, vertikale bindinger og kjedenes egne merkevarer (EMV) i verdikjeden for mat.

Som del av utredningen må utreder:

- utarbeide forslag til en definisjon av EMV som skal kunne benyttes til å beregne EMV-andelen i dagligvarehandelen totalt og i den enkelte varekategori. Utreder kan vurdere om det er hensiktsmessig med flere definisjoner av EMV, eller å definere underkategorier av EMV.
- kartlegge ulike mål på lønnsomhet som f.eks. bruttomargin, EBITDA-resultat, EBIT-resultat og nettoresultat etter finans og skatt. Utreder skal vurdere hvilke som er mest relevante for dagligvarebransjenkartlegge mulige bindinger mellom aktørene i bransjen, herunder krysseierskap og langsiktige avtaler der dagligvarekjeden har en stor innflytelse og kontroll
- kartlegge hvordan selskapsstrukturen og ulike mål på lønnsomhet har utviklet seg i detaljist, grossist, og leverandørleddet i løpet av de siste 10 årene, herunder utviklingen i lønnsomheten også for leverandører med ulike andeler av EMV produksjon
- sammenligne selskapsstrukturen og ulike mål på lønnsomhet i det norske dagligvaremarkedet med andre nordiske land
- kartlegge omfanget av ulike former for eksklusivitetsavtaler mellom dagligvarekjedene og leverandørene
- gi en oversikt over innen hvilke varekategorier EMV blir brukt, omfanget av bruken av EMV innenfor utvalgte varekategorier i de ulike kjedene, og andelen EMV i de utvalgte varekategoriene i de siste 10 årene
- gjennomføre casestudier i utvalgte varekategorier der man studerer omfanget av EMV og utviklingen i pris

---

<sup>1</sup> Innst. 185 S (2020–2021) *Innstilling til Stortinget fra næringskomiteen om Dagligvare og konkurranse – kampen om kundane*, jf. Meld. St. 27 (2019–2020), vedtakene, 607, 608 og 611, jf. Innst. 322 S (2021-2022) jf. Dok. 8:161, Dok 8:170 og Dok. 8:191 om egne merkevarer og vertikal integrasjon, samt tiltak fra Meld. St. 27 (2019–2020).

- kartlegge hvor kjedenes EMV produseres, herunder i Norge eller i utlandet, og om varene produseres av kjedeeide EMV-leverandører eller uavhengige leverandører
- kartlegge hvordan dagligvarekjedene merker sine EMV i dag, og hvilken informasjon som oppgis
- presentere omfanget av og bruken av EMV i andre markeder, der det foreligger tall på dette
- redegjøre for erfaringer med bruken av og reguleringen av EMV i andre nordiske og eventuelt andre europeiske land

Utredning skal avholde innspillmøter med aktører i dagligvarebransjen om definisjon av egne merkevarer, og deretter levere en delleveranse til oppdragsgiver om definisjon av egne merkevarer innen 31. mars 2023.

Utredningen skal leveres i en endelig rapport hvor det brukes enkelt og klart språk. Arbeidet skal legge Utredningsinstruksen til grunn. Det innebærer at leverandøren skal utrede økonomiske, administrative og andre vesentlige virkninger av sine forslag.

Endelig rapport skal leveres innen 01.06.2023

Det bes om et tilbud på oppdraget med en beskrivelse av hvordan oppdraget skal løses. Løsningsbeskrivelsen skal være på maksimalt fem sider.

Oppdraget har en verdi på NOK 750 000 kroner eks. mva. Tilbud med en pris som overstiger denne verdien vil bli avvist.

Departementet ønsker å ha løpende kontakt vedrørende arbeidet, aktuelle problemstillinger og fremdrift. Det skal derfor holdes jevnlig kontakt mellom utreder og Nærings- og fiskeridepartementet. Det skal avholdes minst to møter underveis i utredningen, i tillegg til oppstartsmøte.

Nærings- og fiskeridepartementet kan foreta mindre justeringer i mandatet innenfor oppdragets hovedramme. Dersom det oppstår tvil knyttet til mandatet, skal det umiddelbart tas opp med Nærings- og fiskeridepartementet.

Tilbyder skal i Bilag 2 oppgi de bindingene til aktører i dagligvarebransjen som er av betydning eller kan medføre interessekonflikter, og skissere hvordan disse skal avhjelpes. Oppdragsgiver forbeholder seg retten til å avvise leverandør når det foreligger en interessekonflikt som kan ha negativ innvirkning på kontraktoppfyllelsen. Leverandørens skisse til avhjelping av eventuelle interessekonflikter vil ikke evalueres under TK1 Oppdragsforståelse.