

NOTAT

Til Stortingets finanskomité

12. oktober 2020

KOMMENTARER TIL REGJERINGENS FORSLAG TIL STATSBUDEJETT FOR 2021

Oppsummering:

I dette notatet kommenteres (1) forholdet mellom særavgifter og grensehandel og (2) regjeringens omtale av konkurransepolitikk og dagligvaresektoren i Nasjonalbudsjettet.

Prop. 1 LS (2020-2021) Skatter, avgifter og toll 2021. Kapittel 10 Særavgiftene på alkohol, alkoholfrie drikkevarer, sjokolade og sukkervarer og tobakk.

For norske mat- og drikkeprodusenter og den samlede verdikjeden for mat og drikke i Norge, er det avgjørende at det samlede avgiftstrykket harmoniseres med Sverige for å gi likere konkurransevilkår. I så måte er det positivt at regjeringen ønsker å redusere avgiften på alkoholfrie drikkevarer i 2021, men reduksjonen er for liten til å påvirke grensehandelen. Samtidig foreslår regjeringen å øke avgiftene på sjokolade- og sukkervarer, alkoholfrie drikkevarer, alkohol og tobakk med 3,5 prosent i 2021. Dette bidrar til å øke den norske avgiftsulempen i forhold til Sverige.

Smitteutbruddet og den stengte grensen i 2020 har gitt unik innsikt i hvordan mat- og drikkenæringens omsetning, verdiskaping og sysselsetting hadde vært dersom det var likeverdige rammevilkår for produksjon og salg av mat og drikke i Norge og Sverige. Det har vært en rekordstor vekst i salg og omsetning av mat- og drikke i Norge i 2020. Det er også kraftige økninger i statens avgiftsinntekter fra særavgiftene på alkoholfrie drikkevarer, alkohol, sjokolade- og sukkervarer og tobakk:

- Dagligvarehandelen økte med 13 prosent i første halvår mot 1,5 prosent i 2019. Veksten i 2. kvartal isolert sett var 27 prosent.
- Vinmonopolet har en salgsvekst på 38 prosent fra januar til september 2020 sammenliknet med 2019.
- Statens avgiftsinntekter ligger, ifølge tall fra statsregnskapet, 3,5 milliarder kroner høyere i perioden januar til august 2020 sammenliknet med 2019.

Avgiftsinntektene er en særlig viktig indikator på veksten, siden disse også reflekterer at utelivsnæringen og reiselivet har lavere omsetning i 2020.

Avgiftsharmonisering vil gi 7800 arbeidsplasser.

Veksten vi har sett i 2020 illustrerer hva en avgiftsharmonisering vil gi av økt økonomisk aktivitet og arbeidsplasser i Norge. Avgiftsharmonisering med Sverige vil føre til økt salg og høyere omsetning av produkter som normalt handles over grensen og vil gi avgiftsinntekter til staten. Beregninger som Næringslivets Hovedorganisasjon har utført viser at dersom avgiftene på sjokolade og sukkervarer og alkoholfrie drikkevarer fjernes helt, og avgiftene på alkohol og tobakk halveres, vil dette kunne gi 7800 flere arbeidsplasser.

Økt kunnskap er nøkkelen.

Det er nødvendig å kartlegge omfanget og virkningene av grensehandelen betydelig grundigere enn i Statistisk sentralbyrås kvartalsvise målinger. Det er behov for å kartlegge hvor mye og hvilke produkter som grensehandles, og hva som er årsaken til at så mange norske forbrukere velger å gjøre så store innkjøp av dagligvarer, alkohol og tobakk i Sverige. Det er behov for mer kunnskap om konsekvensene grensehandelen har for blant annet næringsvirksomhet, folkehelse, forbrukeradferd, smugling og annen kriminalitet, transport og klima. SSBs pilotundersøkelse på et grensehandelsbarometer fra januar 2020 ga økt innsikt i omfanget av grensehandelen, men det er behov for flere og grundige analyser av dette.

Omtalen av konkurransepolitikk og dagligvaresektoren i Meld. St. 1 (2020-2021) Nasjonalbudsjettet 2021. Kapittel 5 Tiltak for økt produktivitet og en mer effektiv økonomi.

I Nasjonalbudsjettet fremholder regjeringen uten noen nærmere begrunnelse, at ulike innkjøpsbetingelser i dagligvaresektoren blant annet kan knyttes til det norske importvernet på landbruksvarer og konsentrerte leverandørmarkeder. Problemstillingen knyttet til konsentrasjon i dagligvareledet og relaterte problemstillinger drøftes også i EU, og virkemidler mot dette finnes etter det vi er kjent med, i 22 av de 27 EU-landene. Ingen av disse har et importvern som det norske, og det interne markedet i EU er betydelig større enn det norske markedet.

NHO Mat og Drikke er kritisk til denne vurderingen. Tvert imot mener NHO Mat og Drikke at en forholdsvis stor nasjonal og internasjonal konkurranse på leverandørledet i det norske markedet gir de tre dagligvarekjedene store valgmuligheter mellom ulike produsenter.

Det er en viss leverandørkonsentrasjon i den norske verdikjeden for mat og drikke. Dette kan, bl.a. slik Oslo Economics peker på i sin rapport fra 2017, skyldes at Norge er et forholdsvis lite marked med rom for et begrenset antall leverandører innenfor hver varegruppe. Likefullt er situasjonen at det bak de store leverandørene er en hale av mindre utfordrerbedrifter. En rekke markeder preges av konkurranse fra et mangfold av leverandørbedrifter som påvirker både produktutvikling og priser. Det er heller ikke slik at en leverandør som samlet sett anses som en stor aktør, nødvendigvis er størst i alle kategorier.

Videre viser beregninger basert på grunnlag av data fra Nielsen Norge, at 71 pst. av omsetningen i dagligvarehandelen i Norge er varer som har full importkonkurranse. Tall fra Landbruksdirektoratet, som viser at importen av landbruksbaserte næringsmidler øker mer enn eksporten, og økningen i importen av såkalte RÅK-varer, forsterker dette bildet. For rekke varegrupper kan dagligvarekjedene m.a.o. benytte seg av utenlandske leverandører i konkurranse med de norske leverandørene.

NHO Mat og Drikke mener derfor at hovedproblemstillingen er at mens dagligvarekjedene kan forholde seg til et stort antall norske og utenlandske mat- og drikkeprodusenter med konkurrerende produkter som kan erstatte andre leverandører, har leverandørene kun tre kunder å forholde seg til i form av dagligvarekjedenes grossist- og distribusjonsledd. Dagligvarekjedene kan også benytte egne merkevarer, og gjør i stigende grad dette.