



Situasjonen i dagligvaremarkedet

Forord



Foto: Hans Fredrik Asbjørnsen

Dette temanotatet handler om hvordan strukturen i dagligvaremarkedet og kostnadsutviklingen i norsk mat- og drikkeproduksjon og dagligvaremarkedet så langt har vært påvirket av uroen i internasjonal økonomi.

Pandemiutbruddet i 2020 og Russlands brutale invasjon av Ukraina i februar 2022 har til sammen skapt de største rystelsene i norsk mat- og drikkeproduksjon siden 2. verdenskrig. Pandemien, og det faktum at store deler av verdens befolkning hadde sterke begrensinger på økonomisk aktivitet og bevegelsesfrihet i over to år, skapte pressproblemer og ubalanser i mat- og drikkenæringens verdikjeder. Dette førte til forsinkelser i vare- og tjenesteflyten over grensene og bidro til økte produksjonskostnader og forsinkelser i mat- og drikkeproduksjonen.

Krigen er en stor internasjonal krise som først og fremst fører til store lidelser i Ukraina. En virkning av krigen har også vært at tilgangen på energi, landbruksprodukter, foredlede matprodukter og innsatsfaktorer til matproduksjon fra Russland, Ukraina og Belarus er betydelig redusert for alle europeiske mat- og drikkeprodusenter. Selv om disse tre landene er små og middels utviklede økonomier, har de

likevel vært store globale aktører i energiforsyning og matproduksjon, og dermed særlig viktig for matproduksjon og forsyningssikkerhet i Europa.

Krisene de siste tre årene har hatt direkte innvirkning på mat- og drikkeprodusentenes rammevilkår, produsentpriser og produksjonskostnader. Dette har igjen betydning for den offentlige debatten om prisøkningene vi har sett i alle europeiske land, også i Norge.

Notatet beskriver også sammenhengen mellom strukturen i det norske dagligvaremarkedet, hvordan kostnadsøkningene i de norske og internasjonale verdikjedene for matproduksjon siden 2020 slår inn i Norge, og hvordan maktkonsentrasjonen på detaljistleddet i dagligvaremarkedet har betydning konkurransesituasjonen i markedet.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Petter Haas Brubakk'.

Petter Haas Brubakk,
Administrerende direktør

1. Dagligvaremarkedet

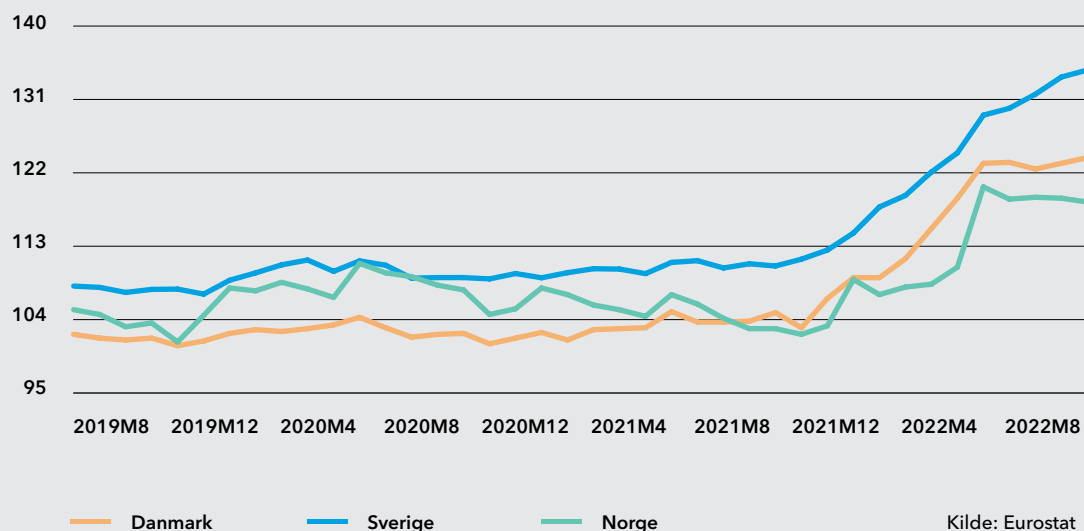
Forhandlingene mellom de tre dagligvaregrupperingene; NorgesGruppen, Reitangruppen og COOP og mat- og drikkeprodusentene/leverandørene har over tid utviklet seg til en særnorsk forhandlingsmodell, der prisene fra produsentene til dagligvaregrupperingene normalt har vært forhandlet to ganger i året. De viktigste forhandlingene har skjedd på høsten, også kjent som «høstjakta». Prisene som har vært forhandlet frem her har normalt vært innført 1. februar året etter. Prisene som er fremforhandlet i «høstjakta» har, under visse forutsetninger kunnet justeres noe i juli, altså seks måneder etter 1. februar. Konsekvensen av denne modellen har vært at prisene på mat- og drikkeprodukter fra produsent til dagligvaregruppering normalt har endret seg kun to ganger i året.

I andre land det er naturlig å sammenlikne seg med, har konsumprisen på mat- og drikkeprodukter endret seg fortløpende i takt med kostnads- og

prisøkninger gjennom året. Den særnorske modellen bidrar dermed til at konsumprisen på dagligvarer i Norge har endret seg i utakt med konsumprisene i andre land. På overflaten kan det i perioder se ut som pris- og kostnadsveksten har vært lavere i Norge enn i andre land, men i realiteten er det den særnorske modellen som har gjort at produsentene har båret kostnadene lenge før det eventuelt kan forhandles på nytt med de tre dagligvaregrupperingene. Les mer i kapittel 2.

I figur 1 kan vi tydelig se at konsumprisen på dagligvarer i Norge har steget raskt ved hvert prisvindu, (1. februar og 1. juli), før den har falt tilbake. Tilsvarende konsumpriser i Danmark og Sverige har vist en jevnere utvikling. Merk at konsumprisene i alle tre landene begynte å stige raskt ved inngangen til 2022. Veksten i Sverige begynte tidligere enn i Norge og Danmark, mens veksten i både Danmark og Sverige har vært jevnere enn i Norge.

Figur 1: Vekst i matvarepriser, Norge, Sverige, Danmark august 2019 - november 2022

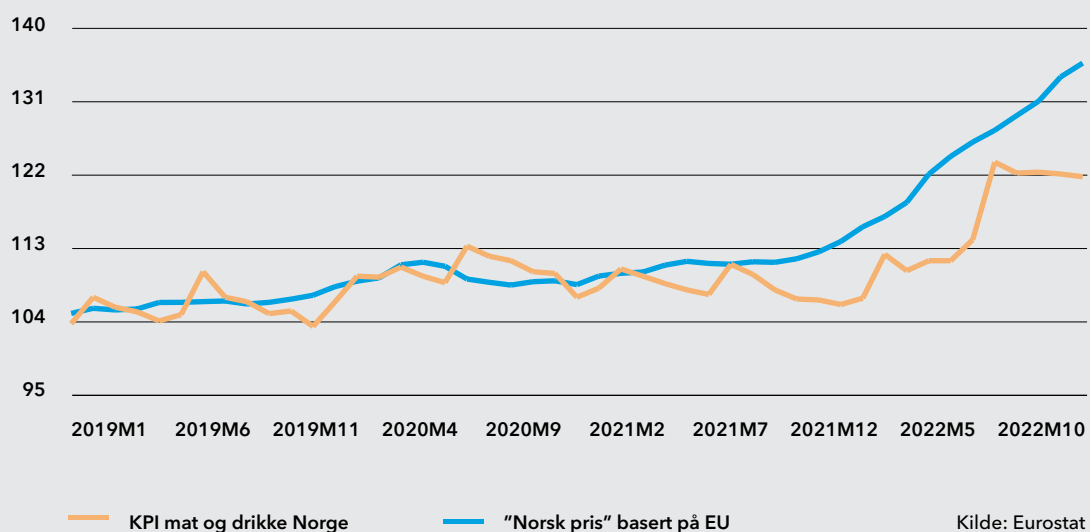


Den norske forhandlingsmodellen betyr at dagligvaregrupperingene har kunnet holde lengre igjen på kostnadsendringer som har skjedd hos produsentene enn i andre land. Dermed har produsentene båret kostnadsveksten lengre enn i andre land. Hver produsent har forhandlet sine priser og rabatter med dagligvaregrupperingens sentralledd, men det er dagligvaregrupperingene som har bestemt prisene på de enkelte produktene i sine butikker.

På den måten kan det i en rekke situasjoner fremstå som det har vært lavere vekst i kostnader og konsumpriser Norge enn i andre land, til tross for at norske matprodusenter har opplevd samme type kostnadsøkninger på energi og innsatsfaktorer som i andre land. Dette illustreres med et grafisk eksempel i figur 2. Ifølge Eurostat var matvarer i Norge i 2019 og 2020 i gjennomsnitt omtrent 50

prosent dyrere enn i EU27. Det gjør at vi kan beregne hvordan konsumprisindeksen på mat og drikke ville ha utviklet seg hvis forskjellen mellom matprisene i Norge og EU27 hadde vært konstant. Det er tydelig at den historisk høye prisveksten på matvarer i Norge har vært lavere enn det som ville vært forventet basert på tidligere prisforskjell mot Europa. Dette kan også bety at aktører i verdikjeden, enten det er produksjonsbedrifter, dagligvarehandelen eller andre, konkurrerer som best de kan under forutsetningene de har, til tross for betydelige økte kostnader til produksjon og drift. Figur 2 bekrefter det vi ser i figur 1, nemlig at forhandlingsstrukturen i dagligvaremarkedet har ført til et etterslep i konsumprisindeksen for mat- og drikkeprodukter.

Figur 2: Beregnet norsk konsumpris uten forhandlingsstrukturen i det norske dagligvaremarkedet.



2. Kostnadsøkninger i mat- og drikkeproduksjon 2020 - 2022

Gjennom koronapandemien og siden Russlands invasjon av Ukraina i 2022 har en rekke internasjonale hendelser og pressproblemer i norsk og internasjonal økonomi bidratt til betydelige økte kostnader på råvarer, energi og andre innsatsfaktorer til mat- og drikkeproduksjon.

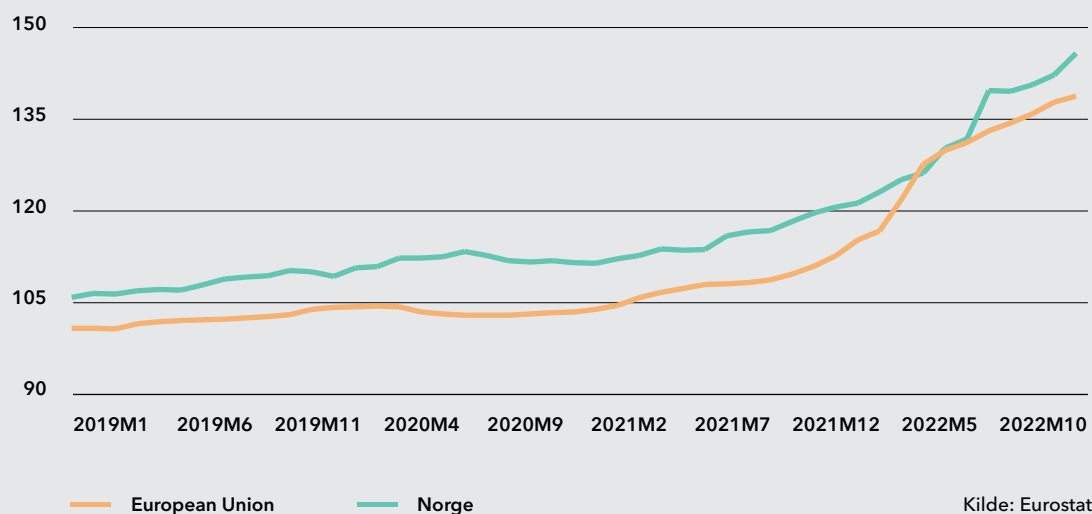
Litt forenklet er mat- og drikkeproduksjon avhengig av fire elementer: råvarer, energi, transport og kompetent arbeidskraft. Disse fire har hatt en kraftig og rask kostnadsvekst de siste årene. Noen kostnadsøkninger, særlig innen transport, kan knyttes til pandemien og forstyrrelser i internasjonale verdikjeder som følge av denne, mens mange andre kostnadsøkninger har begynt i energikostnadene og forplantet seg gjennom verdikjeden. I tillegg vet vi for eksempel at Russland allerede sommeren 2021 begynte å redusere gassforsyningene til Europa, og dermed begynte å presse energi- og strømpriser oppover.

Kostnaden for å sende en kontainer med skip nådde sitt høyeste punkt høsten 2021, med en pris som

var seks ganger så høy som prisen ved inngangen av 2020. Transportkostnadene globalt er relevante fordi mat- og drikkenæringen er avhengig av å importere en rekke innsatsfaktorer som ofte fraktes sjøveien. Transportkostnadene slår direkte inn i produksjonskostnadene, særlig når det gjelder råvarer og innsatsfaktorer som man vanskelig kan bytte ut med lokalt produserte alternativer.

Produsentprisindeksen reflekterer prisen som betales for råvarer og innsatsfaktorer inn til produsentene, og er på generell basis et viktig mål på prisutviklingen i samfunnet. For mat- og drikkeproduksjon har produsentprisene i Norge og Europa vokst raskere enn normalt siden midten av 2021, med det største hoppet i norske produsentpriser i juli 2022. Veksten i produsentprisene har begynt å avta, men nivået holder seg fortsatt høyt, og viser at kostnadsnivået fortsatt er høyere enn normalt. Økningen i produsentpriser er et europeisk fenomen som slår ut i Norge på samme måte som i resten av EU (figur 3).

Figur 3: Produsentprisindeks for matproduksjon i Norge og EU 2019-2022.

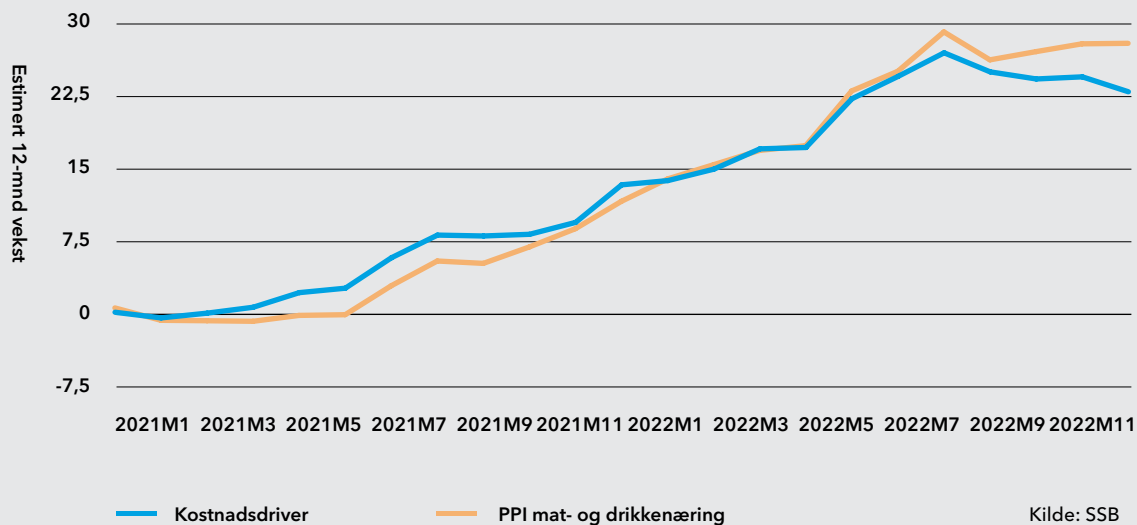


Basert på Statistisk Sentralbyrås oversikt over produsentprisutvikling i forskjellige næringer kan vi estimere betydningen av underliggende kostnadsvekst for produsentprisene i mat- og drikkenæringen. Figur 4 viser hvordan underliggende kostnader i mat- og drikkenæringen har vokst med så å si samme takt som produsentprisene i mat- og drikkenæringen. Det betyr at prisen bedriftene får ved salg til sine kunder (eksempelvis dagligvaregrupperingenens grossistledd) i all hovedsak drives av produksjonskostnadene. Figur 4 er basert på

tilgjengelig prisutvikling for omtrent 85 prosent av mat- og drikkenæringens innsatsfaktorer, inkludert tjenester.

Figur 4 viser at veksten i underliggende kostnader stort sett har vært proporsjonal med veksten i prisene mat- og drikkenæringen har fått for sine produkter. Det understøtter ytterligere bildet om at det meste av kostnadsveksten, i alle fall fra mat- og drikkenæringen, kan spores tilbake til underliggende kostnader.

Figur 4: Estimat av underliggende kostnadsvekst i mat- og drikkenæringen (prosent).



Vegetabiliske oljer og korn er blant råvaregruppene som ble direkte berørt av krigen. Dette er varer Norge må importere, og slik har det internasjonale kostnadsnivået slått direkte inn i produsentprisene i Norge. Ved inngangen til 2023 har kostnadsnivået for FAOs (*The Food and Agricultural Organisation of the United Nations*) prisindeks for matråvarer falt tilbake til nivået fra før krigen i Ukraina. Likevel er dette prisnivået fortsatt om lag 30 prosent høyere

enn gjennomsnittet 2014-2016. Råvarekostnadene gjelder også for leverandørindustrien til mat- og drikkenæringen. Kostnadsøkninger på produkter som gjødsel og aluminium har forplantet seg gjennom verdikjeden og har påvirket produksjonskostnadene.

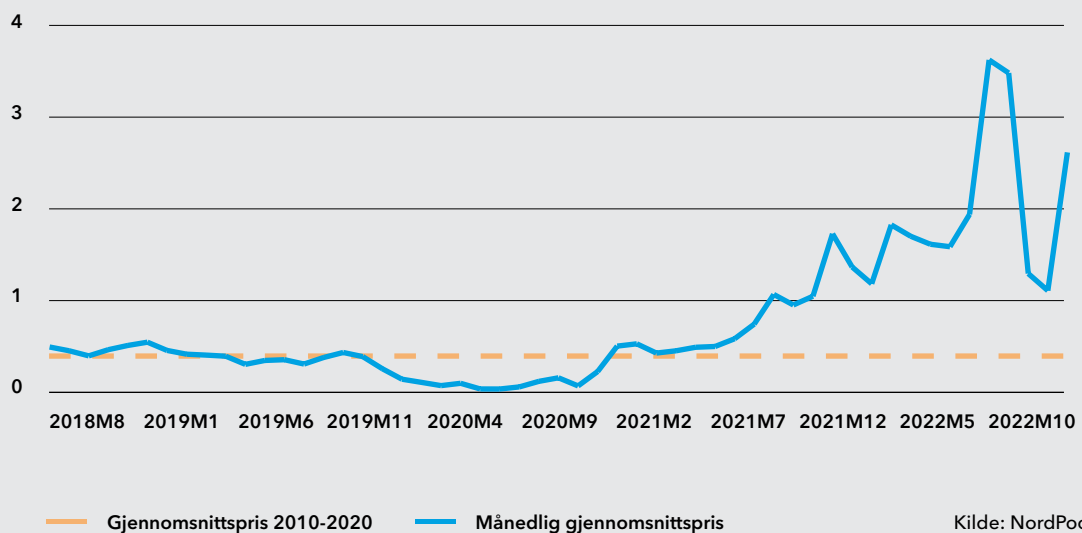
Også energikostnadene for bedriftene i mat- og drikkenæringen har, som for andre næringer, økt

kraftig gjennom 2021 og 2022. Dette har gitt store utslag i kostnadsutviklingen for relativt energi-intensive varer, og har bidratt sterkt til den høye inflasjonen man ser i Norge og Europa. I løpet av 2022 stengte Russland etter hvert gass eksporten helt, og presset dermed energiprisene til rekordhøye nivåer sensommer og høst 2022. For Norges del har økte

strømpriser blitt forsterket av lite nedbør i vårt eget land, og lite vind i Europa.

Den gjennomsnittlige strømprisen i 2022 økte med 700 prosent sammenlignet med gjennomsnittsprisen fra 2010 til 2020, med en maksimal vekst på over 1300 prosent i august 2022 (fig. 5).

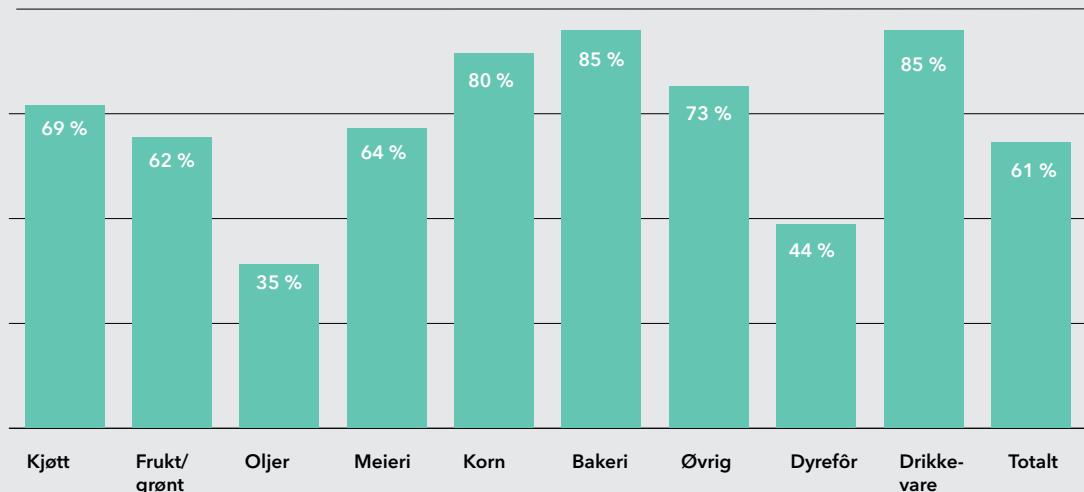
Figur 5: Økninger i strømpris 2019-2022 sammenliknet med gjennomsnitt 2010-2020 (kr/kwh).



De høye energiprisene er særlig krevende for mat- og drikkenæringen fordi strenge krav til matsikkerhet gjør at de fleste foredlingsprosesser er energi-krevende. Produkter må fryses og/eller kjøles for at regelverket skal følges. Dette er prosesser som i liten

grad kan flyttes i tid eller utelates for å spare strøm. Strømandel av total energibruk i delbransjer i mat- og drikkenæringen (fig. 6), og viser tydelig at bransjer som bryggeri og bakeri har vært ekstra utsatt for strømprissjokk på sine energikostnader.

Figur 6: Strømandel som prosent av totalt energiforbruk, utvalgte næringer i mat- og drikkeproduksjon 2021. SSB.



Kilde: Statistisk Sentralbyrå

3. Dagligvaregrupperingene setter betingelsene i markedet

Maktkonsentrasjonen i det norske dagligvaremarkedet i Norge, i form av de tre dagligvaregrupperingene NorgesGruppen, Reitangruppen og COOP, er den høyeste i Norden.¹ Til sammen kontrollerer disse tre aktørene nærmere 97 prosent av detaljistleddet.² De tre dagligvaregrupperingene er i tillegg vertikalt integrert bakover i verdikjeden for mat- og drikke; de har full kontroll over egne, fullintegrerte grossist- og distribusjonstjenester samtidig som de de bygger opp egen produksjon i produsentleddet. Eksisterende og nye produsenter eller detaljister som ønsker å komme inn i dagligvaremarkedet, er dermed avhengig av å komme inn på systemene til en eller flere av de tre

dagligvaregrupperingene for å få sine produkter frem til forbrukerne. Sistnevnte kommer til syne ved at de to selvstendige dagligvareaktørene Bunnpris og Oda er avhengig av et grossistsamarbeid med NorgesGruppen og Reitangruppen. Bunnpris er i tillegg avhengig av NorgesGruppens distribusjonstjenester.

NorgesGruppen, Reitangruppen og COOP har på sin side gode valgmuligheter mellom ulike produsenter i inn- og utland. Bak de største produsentene på leverandørleddet er det nemlig et betydelig antall konkurrenter og utfordrerbedrifter, såkalte utsidealternativer, som dagligvaregrupperingen kan

¹ Oslo Economics og Oeconomica DA. [Etableringshindringer i dagligvaresektoren. 2017](#)

² Dagligvarehandelen.no: [Dagligvarefasiten 2022](#)

benytte seg av for å presse frem gunstige betingelser i forhandlinger med sine leverandører.

Det er i tillegg en rekke internasjonale leverandører i det norske dagligvaremarkedet, noe som illustreres godt ved at 71 prosent av omsetningen i dagligvarehandelen er varer som er i full internasjonal konkurranse.³ Vi ser også at importen av landbruksbaserte næringsmidler har økt de siste årene. Innenfor en rekke kategorier kan dagligvaregrupperingene benytte seg av utenlandske aktører som konkurrerer med de norske produsentene.

NorgesGruppen opplyser i sin års- og bærekraftsrapport for 2021 at de har om lag 1200 leveran-

dører, hvorav brorparten er norske.⁴ Årsrapportene til Reitangruppen og COOP gir ikke tilsvarende opplysninger, men gitt deres betydelige størrelse i markedet er det rimelig å anta at disse forhandler med et liknende antall leverandører som NorgesGruppen. Det faktum at om lag 1200 leverandører konkurrer om plass i butikkhyllene til kun tre dagligvaregrupperinger vil kunne påvirke prisutvikling og produktutvikling og innenfor en rekke kategorier. Dagligvaregrupperingenes innkjøpsstyrke og kontroll over grossist- og distribusjonsleddet gjør at de i overveiende grad setter betingelsene i forhandlingene med leverandørene.

4. Oppsummering

Som vi har beskrevet i notatet står norsk mat- og drikkeproduksjon midt i en global kostnadskrise. Årsakene til krisen er sammensatte og i til dels betydelig grad knyttet opp mot geopolitiske og geoøkonomiske forhold, men de har det til felles at de har bidratt til kraftige økninger i produsentpriser og energikostnader. Kostnadsøkningene er av en størrelsesorden som ikke kan absorberes i omstilling eller produktivitetsvekst på foredlingsleddet i verdikjeden for mat- og drikke, med mindre en rekke produsenter driver med underskudd og tap.

De tre dagligvaregrupperingene kan på sin side diktere betingelsene i forhandlingene med mat- og

drikkeprodusentene. De kan spille et stort antall leverandører opp mot hverandre i en dynamisk og konkurransepreget forhandlingssituasjon, og det er de som til sist setter prisene på varene ut til forbruker.

De voldsomme kostnadsøkningene på råvarer, energi, transport og kompetent arbeidskraft som vi har sett de siste tre årene har fått stor oppmerksomhet i den offentlige debatten om dagligvarepriser. Både det politiske miljøet, aktørene i markedet, konkurransemyndighetene og forbrukerinteressene må ta innover seg konsekvensene av kostnadsekspløsjonen i mat- og drikkeproduksjonen.

³ Beregninger på bakgrunn av tall fra NielsenIQ

⁴ NorgesGruppen [Års- og bærekraftsrapport 2021](#)

TEMANOTAT

Situasjonen i dagligvaremarkedet

Forsidefoto: Ilja Hendel

BESØKSADRESSE
Næringslivets Hus
Middelthuns gate 27
0368 Oslo

TELEFON
+47 23 08 86 80

E-POST
firmapost@nhomd.no

www.nhomd.no
