

MAT, MAKT OG AVMAKT
v/Lill Fanny Sæther lills@ther.oslo.no

Høringsfristen for Matmaktutvalgets innstilling går ut 1.12.2011. Flertallets konklusjoner støttes helhjertet. Fire kjeder kontrollerer over 99 prosent til sammen av verdikjeden i matvaremarkedet i Norge som produsenter, grossister, distributører og eiere av matvarebutikker. Innstillingen sier: «I et demokrati- og forbrukerperspektiv er det en uønsket utvikling at de fire paraplykjedene har en så avgjørende innflytelse på hva norske forbrukere tilbys av utvalg, kvalitet, mattrygghet, tilgjengelighet og priser. Utviklingen med økt konsentrasjon, krysseierskap og vertikal integrasjon har skjedd til tross for Konkurransetilsynets kontroll med foretakssammenslutninger.» Monopolsituasjonen og maktkonsentrasjonen skaper avmakt hos forbrukerne med mindre de tilføres makt gjennom lovgivning og offentlige tiltak.

Det er imidlertid en ting jeg savner i utredningen, nemlig at behovene til den forbrukergruppen jeg tilhører, som lider av matvareoverfølsomhet, ikke er problematisert. Vi er bare så vidt nevnt under avsnittet om merking av matvarer og dette er selvfølgelig viktig. Det er vanskelig eller umulig å lese ingredienslisten på mange matvarer. Dette er ikke tilfeldig. Produsentene bruker masse penger på design og utforming av innpakningene. Ofte er alt annet skrevet med store bokstaver med god kontrast mellom skrift og bakgrunn, mens ingredienslisten er skrevet med bittesmå bokstaver og svak kontrastfarge. Utvalget anbefaler enhetlige næringsdeklarasjoner og at det blir obligatorisk med mengdeangivelse for de ulike ingrediensene. Jeg vil i tillegg anføre at det må komme skjerpede krav til ingredienslistenes plassering, synlighet og lesbarhet.

Utvalget sier: «Vareutvalg og valgmuligheter er viktig for at forbrukeren skal kunne ta egne valg i markedet ut fra hensyn som miljø, etikk og helse.» Matvareoverfølsomhet er et økende helseproblem og det er derfor en voksende forbrukergruppe som er helt avhengig av et tilpasset vareutvalg. Utvalget av allergiprodukter eller gode alternativer har blitt bedre de siste årene. Dette skyldes ikke primært en økning av kjedenes egne merkevarer (EMV), men at det har kommet inn andre produsenter som ofte har spesialisert seg på diettmat. Maktkonsentrasjonen og utbredelsen og utviklingen av EMV i det norske matvaremarkedet kan, som utvalget skriver, bevirke at innovasjonsevnen i matvarekjedene ut fra endringer i etterspørselen blir ignorert. Dette kan bety dårligere vareutvalg for spesielle kundegrupper. Det er markedet og profitten som rår, så hvis det ikke anses lønnsomt å produsere eller selge for eksempel diett- og spesialprodukter, vil de forsvinne. Monopolsituasjonen og mangelen på alternative produsenter, distribusjonskanaler og butikker gjør at faren for dette er spesielt stor i Norge.

Med sin markedsrett og sitt ensidige fokus på pris i profilering og reklamekampanjer, bidrar kjedene til at forbrukere også blir mest opptatt av pris og ikke av et rikholdig vareutvalg av høy kvalitet. Utvalget sammenligner vareutvalget med Sverige og resten av Norden, og det norske matvaremarkedet faller håpløst igjennom. Diettmat er ikke spesielt nevnt i innstillingen, men i Sverige og Finland er det et eventyrlig utvalg sammenlignet med i Norge. Jeg kan også sammenligne med Irland, hvor jeg oppholder meg mye, og som har omtrent det samme folketallet som Norge. De store kjedebutikkene har generelt mye bredere vareutvalg enn de norske, om enn ikke så utpreget når det gjelder diettmat. Men det er i tillegg minst en slakter, en grønnsakshandler og ett bakeri i hver eneste by. Dette er verdifullt i seg selv, og er også mye enklere å få eksakt informasjon om varenes innhold.

Jeg støtter utvalget som skriver: «..... (at) vareutvalget i Norge i stor grad er preget av industriens og paraplykjedenes strategier for å øke inntjeningen....Forbrukerne er prisgitt de valgmulighetene og den valgarkitekturen som bys frem i dagligvarebutikkene.» Det burde være et tankekors for bransjen at en HSH-undersøkelse, som gjengis i innstillingen, viser at forbrukernes tilfredshet med vareutvalget i mange varekategorier er lav. Dvs. at norske forbrukere ønsker et bredere vareutvalg.

Jeg er også helt enig i at det er svært utilfredsstillende for forbrukerne at det legges inn betydelige ressurser på å tilrettelegge for både sunne, økologiske og lokalproduserte matvarer fra myndighetenes side, uten at dette gir seg tilsvarende utslag i et bredere sortiment av slike varer i dagligvareforretningene.

Jeg støtter utvalgets synspunkt om at systemet samlet sett fungerer slik at norske forbrukeres interesser ikke ivaretas med hensyn til pris, kvalitet, vareutvalg og tilgjengelighet. Styrkeforholdene i verdikjeden de siste ti årene er endret og det er behov for en helhetlig konkurransepolitisk tilnærming som gjør noe med fremveksten av de fire store matvarekjedenes makt. Det må utvikles bedre verktøy for å lette forbrukernes muligheter for å kunne sjekke vareutvalg, kvalitet og gjennomføre prissammenligninger. Utvalgets anbefaling om enhetlige næringsdeklarasjoner og obligatorisk mengdeangivelse for de ulike ingrediensene må gjennomføres. Det må også komme skjerpede krav til ingredienslistenes plassering, synlighet og lesbarhet. Som et minimum må utvalgets forslag om en offentlig finansiert dagligvareportal gjennomføres, i tillegg til en styrking av Forbrukerrådet. Det er også en selvfølge, slik utvalget foreslår, at det generelle prinsippet om god handelsskikk bør kombineres med et prinsipp hvor forbrukerne sikres en rimelig andel av ytelse i verdikjeden for mat gjennom pris, utvalg, kvalitet og tilgjengelighet.