



STORTINGET

Innst. 208 S

(2025–2026)

Innstilling til Stortinget
fra næringskomiteen

Dokument 8:89 S (2025–2026)

Innstilling fra næringskomiteen om Representantforslag fra stortingsrepresentantene Mimir Kristjánsson, Synne Høyforsslett Bjørbæk og Marie Sneve Martinussen om å åpne grossistledet og gjøre prisutviklingen mer oversiktlig i norsk dagligvarebransje

Til Stortinget

Innledning

I dokumentet fremmes følgende forslag:

- Stortinget ber regjeringen fremme forslag til en utvidelse av konkurranselovgivningen som skal sikre at kjeder med sterk markedsstilling i grossist- og distribusjonsvirksomhet plikter å gi alle aktører i dagligvaremarkedet tilgang til sine grossist- og distribusjonstjenester på ikke-diskriminerende vilkår.
- Stortinget ber regjeringen fremme forslag til utvidelse av konkurranselovgivningen for å etablere et rammeverk for utpeking av kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet.
- Stortinget ber regjeringen legge fram en stortingsmelding om norsk dagligvarebransje, hvor også nye utviklingstrekk som horisontal integrasjon blir redegjort for.
- Stortinget ber regjeringen utrede tiltak for å begrense utbredelsen av egne merkevarer (EMV) i dagligvarekjedene.

- Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å ilegge forbud mot skjulte prisøkninger i dagligvarebransjen i form av krympflasjon.
- Stortinget ber regjeringen utrede tiltak mot villende tilbud i dagligvarebransjen, herunder å utvide tidsperioden for laveste førpris.»

Det vises til dokumentet for nærmere redegjørelse for forslagene.

Komiteens behandling

Representantforslag 89 S (2025–2026) ble vedtatt sendt næringskomiteen, unntatt forslag 5, som ble vedtatt behandlet etter forretningsordenen § 39 annet ledd bokstav e (avvises).

Næringsminister Cecilie Myrseth har uttalt seg om forslaget i brev av 13. februar 2026. Brevet følger som vedlegg til innstillingen.

Som ledd i komiteens behandling ble det åpnet for skriftlig innspill. Det kom inn åtte innspill. Innspillene er sammen med sakens dokumenter tilgjengelige på sakssiden på stortinget.no.

Komiteens merknader

Komiteen, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Trond Giske, Ruth Mariann Hop, Tobias Hangaard Linge, lederen Rune Støstad og Solveig Vitanza, fra Fremskrittspartiet, Tor André Johnsen, Stig Even Lillestøl, Marius Arion Nilsen og Bengt Rune Strifeldt, fra Høyre, Erlend Larsen og Bård Ludvig Thorheim, fra Sosi-

alistisk Venstreparti, Ingrid Fiskaa, fra Senterpartiet, Geir Pollestad, fra Rødt, Geir Jørgensen, fra Miljøpartiet De Grønne, Une Bastholm, og fra Kristelig Folkeparti, Harry Valderhaug, viser til representantforslaget i Dokument 8:89 S (2025–2026).

Komiteen viser til Dokument 8:89 S (2025–2026) om å åpne grossistledet og gjøre prisutviklingen mer oversiktlig i norsk dagligvarebransje. Forslaget gjelder konkurranseforholdene i dagligvaremarkedet, herunder spørsmål om høy markedskonsentrasjon, tilgang til grossist- og distribusjonstjenester, utviklingen i egne merkevarer (EMV) samt prisinformasjon og prismarkedsføring overfor forbruker.

Komiteen viser til at matprisene har økt mye de siste årene. Per januar 2026 var tolv måneders endringen i priser for matvarer og alkoholfrie drikkevarer 4,2 pst., ifølge Statistisk sentralbyrå (SSB). Dette var over KPI totalindeks som betyr at matpriser er med på å drive inflasjonen høyere.

Komiteen merker seg statsrådets vurdering av at konkurransesituasjonen i dagligvarebransjen er utfordrende, med få, dominerende aktører og etableringshindringer for små og nye aktører, og at prisene på mat og drikke over tid har økt mer enn den generelle prisveksten. Komiteen viser til statsrådets understreking av at konkurranseutfordringene er sammensatte, og at det ikke finnes ett enkelt tiltak som alene løser utfordringene.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti, Senterpartiet, Miljøpartiet De Grønne og Kristelig Folkeparti deler i stor grad forslagsstillerne sin problembeskrivelse. Norsk dagligvarebransje står i en krevende konkurransesituasjon hvor aktørene er få og markedsmakten konsentrert. Prisveksten i dagligvarebransjen har over tid vært vesentlig høyere enn prisveksten på varer og tjenester i samfunnet for øvrig. Disse medlemmer mener konkurransesituasjonen må bedres slik at norske forbrukere får et best mulig utvalg til riktigst mulig pris.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet viser til at situasjonen i dagligvarebransjen er høyt på dagsordenen til regjeringen. Regjeringen lanserte sin tipunksplan for dagligvarebransjen i 2023 og fulgte i 2025 med fornyede og forsterkede tiltak overfor bransjen. Selv om disse medlemmer er utålmodige på vegne av norske forbrukere, er de også opptatt av at tiltakene som gjennomføres, skal ha effekt. Disse medlemmer vil også påpeke at et tiltak alene ikke kan løse utfordringene i bransjen, flere tiltak må virke samtidig og de må virke over tid for å ha effekt.

Disse medlemmer viser til høringsinnspill fra LO som blant annet påpeker viktigheten av at tiltakene inngår i en helhet, og er samordnet og koordinert. Dette er et syn disse medlemmer i stor grad støtter.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet og Kristelig Folkeparti viser blant annet til arbeidet med revidering av lov om god handelsskikk. Endringene skal tydeliggjøre loven slik at det blir vanskeligere for aktørene å utnytte dominerende markedsposisjon. Endringene har vært ute på høring, og det forventes at lovendringene vil fremmes for Stortinget før sommeren. I tillegg er det både nylig gjennomførte og pågående utredninger om blant annet kjedenes fordelsprogrammer, og funksjonsmessig og regnskapsmessig skille. Disse medlemmer viser også til at regjeringen utreder åpning av grossistledet for å sikre alle aktører tilgang til grossisttjenester på rimelige vilkår, og om lov om god handelsskikk også bør regulere tilgang til grossisttjenester. Regjeringen vil komme tilbake til dette arbeidet i løpet av sesjonen.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet viser til forslaget om å legge frem en stortingsmelding om dagligvarebransjen. Disse medlemmer støtter intensjonen bak forslaget, men frykter imidlertid at dette vil kortslutte alle de pågående prosessene i regjeringen for å bedre konkurransesituasjonen. Disse medlemmer mener derfor det er hensiktsmessig at regjeringen slutfører det pågående arbeidet før en eventuell melding vurderes.

Disse medlemmer mener at det er viktig å opprettholde sterkt fokus og stort trykk mot dagligvarebransjen. I en tid hvor folk har opplevd at handlingsrommet i privatøkonomien har vært under press, er det umusikalsk av kjedene gjennomføre store prisøkninger og ta ut store utbytter. Disse medlemmer viser til at prisveksten på mat og drikke i februar 2026 var den laveste på fire år. Årsakene er antagelig sammensatte, men disse medlemmer mener det er grunn til å anta at summen av alle tiltakene som så langt er gjennomført, og det sterke fokuset som har vært de siste årene, har bidratt til at prisveksten nå demper seg. Samtidig er det viktig å erkjenne at den urolige verdenssituasjonen og påvirkning av globale forsyningskjeder kan ha negativ påvirkning på prisutviklingen i Norge både i dagligvarebransjen og i andre bransjer.

Komiteens medlemmer fra Senterpartiet, Rødt og Kristelig Folkeparti viser til at flere av utfordringene i dagligvaremarkedet har vært utredet i flere omganger, uten at konkurransesituasjonen er blitt vesentlig forbedret. Nettopp derfor mener disse medlemmer at det er behov for en helhetlig gjennomgang som samler kunnskapen og vurderer virkemidlene. Etter disse medlemmers syn vil en

stortingsmelding ikke kortslutte pågående prosesser, men tvert imot styrke arbeidet ved å gi Stortinget et helhetlig beslutningsgrunnlag for det videre arbeidet med problematikken.

På denne bakgrunn fremmer disse medlemmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen legge frem en stortingsmelding om norsk dagligvarebransje som helhetlig vurderer konkurransesituasjonen, markedskonsentrasjonen og virkemiddelbehovet for å bedre konkurransen i markedet.»

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet og Kristelig Folkeparti understreker betydningen et velfungerende dagligvaremarked har for forbrukere, arbeidsplasser, næringsliv og matvareprodusenter. Disse medlemmer mener sunn konkurranse er en forutsetning for et sterkt dagligvaremarked. Det bør være en ambisjon om tilgang til grossist- og distribusjonstjenester på ikke-diskriminerende vilkår, men strukturelle inngrep i markedsmekanismene må være kunnskapsbaserte, veloverveid og proporsjonale.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet, Høyre og Kristelig Folkeparti påpeker at Samfunnsøkonomisk Analyse i 2023 slo fast at egne merkevarer (EMV) har sørget for å øke produktmangfoldet i dagligvarekjedene og bidrar til økt pris konkurranse. Disse medlemmer mener derfor at det å innføre tiltak for å begrense utbredelsen av EMV vil virke mot sin hensikt, og sørge for økte priser og begrenset vareutvalg. Disse medlemmer påpeker at det ikke er et problem i seg selv at kjedene har egne produkter, så lenge konkurranselovgivningen og likebehandling ivaretas. Disse medlemmer viser videre til EMV i Norge har en svært høy andel norskproduserte varer, og Rema 1000 oppgir at de har rundt 75 pst. norskandel, og at dette videre er med på å skape verdier og arbeidsplasser i hele verdikjeden.

Disse medlemmer mener flere av forslagene som skisseres i representantforslaget, som konsekvens vil svekke investeringsvilje, bidra til økte priser og byråkrati. Disse medlemmer mener utfordringene knyttet til konkurransesituasjonen i dagligvaremarkedet er komplekst. Disse medlemmer vil advare mot å innføre tiltak og reguleringer som både er uprøvde og inngripende, der konsekvensene er ukjente. Disse medlemmer mener det må prioriteres tiltak som sørger for innovasjon, effektivisering og nyetableringer i alle deler av verdikjeden.

Disse medlemmer mener at eksisterende virkemidler i konkurranseloven og lov om god handelskikk i dagligvarekjeden gir et godt rammeverk for bransjen. Ytterligere reguleringer, som forbud mot

«krympflasjon», begrensning av kjedenes tilbudsmuligheter eller tiltak for å begrense EMV, må veies opp mot administrativ byrde og effektivitet. Disse medlemmer påpeker at omfattende reguleringer og begrensninger i dagligvaremarkedets markedsfrihet som konsekvens kan føre til økte matpriser. Disse medlemmer viser videre til at Konkurransetilsynet i Dagens Næringsliv 9. mars 2026 påpeker at en rekke reguleringer i grossistledet og dagligvaremarkedet er blitt vurdert av fagfolk, uten å ha blitt anbefalt innført, og at konkurransesituasjonen i dagligvaremarkedet sannsynligvis er bedre enn tidligere.

Disse medlemmer påpeker at det i Norge er en relativt lik konkurransesituasjon på dagligvaremarkedet sammenliknet med nordiske land, men at konsentrasjonen i det norske leverandørledet er meget konsentrert. Disse medlemmer mener konkurransesituasjonen i dagligvaresektoren må sees i sammenheng med hele verdikjeden.

Disse medlemmer viser til at konkurransen i det norske dagligvaremarkedet over tid har vært gjensidig for omfattende politisk oppmerksomhet. Flere utredninger, herunder rapporter fra Konkurransetilsynet, NOU-er og analyser fra eksterne miljøer, har pekt på at markedet er preget av høy konsentrasjon og betydelige etableringsbarrierer.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet og Kristelig Folkeparti viser videre til at Stortinget ved flere anledninger har behandlet forslag med sikte på å styrke konkurransen i dagligvaremarkedet. Et gjennomgående tema i disse behandlingene har vært betydningen av tilgang til effektive grossist- og distribusjonsløsninger for nye og mindre aktører.

Disse medlemmer mener forbrukerne fortjener et bredt utvalg av varer til riktig pris. Det forutsetter en sunn konkurranse bygget på rettfærdige og like konkurransevilkår mellom konkurrentene. Disse medlemmer mener at tiltak som kan bidra til bedre tilgang til distribusjon og logistikk, kan være viktige for å legge til rette for økt konkurranse, større vareutvalg og bedre valgmuligheter for forbrukerne.

Disse medlemmer viser til at dagligvaremarkedet er preget av vertikal integrasjon og en maktkonsentrasjon på kjedeledet. De tre dominerende dagligvarekjedene kontrollerer rundt 95 pst. av butikkene, har fullintegrerte grossist- og distribusjonstjenester, og tar i stadig økende grad kontroll over leverandørledet. Integrasjonen gir mindre åpenhet, dårligere konkurranse og gjør det vanskeligere for nye aktører å komme inn på markedet.

Disse medlemmer merker seg at manglende tilgang til grossisttjenester på like konkurransevilkår flere ganger har blitt pekt på som en av de viktigste etableringsbarrierene i dagligvaremarkedet. Dette gjelder

særlig for aktører som ikke har tilstrekkelig volum til å etablere egne distribusjonsløsninger.

Komiteens medlemmer fra Fremskrittspartiet, Sosialistisk Venstreparti og Rødt viser til at Menon Economics på oppdrag fra regjeringen kartla tilgang til grossisttjenester (Menon-publikasjon nr. 177/2024). Rapporten viser at manglende tilgang til grossisttjenester på like konkurransevilkår utgjør et potensielt etableringshinder på detaljistledet.

Disse medlemmer viser til Oda sitt høringsvar i forbindelse med høringen om lov om god handelsskikk:

«Oda mener [...] at den eneste måten å få bedre konkurranse i den norske dagligvarebransjen er lovgivning som sikrer både produsenter og detaljister rettferdig tilgang til og vilkår i grossistledet. [...] [Dette] er det eneste [tiltaket] som er i stand til å true markedsmakten de tre store aktørene i det norske markedet og gi forbrukerne lavere priser.»

Disse medlemmer mener derfor at det må sikres tilgang til grossist- og distribusjonstjenester på like, transparente og ikke-diskriminerende vilkår.

Komiteen er kjent med det pågående arbeidet med revideringen av lov om god handelsskikk. Loven er et viktig verktøy for å sikre effektive og rettferdige forhandlinger til det beste for forbrukerne. I høringen til regjeringens forslag til endringer ønsket flere høringsinstanser at loven også skulle regulere tilgang til grossisttjenester.

Komiteen mener regjeringen bør inkludere hvordan tilgang til grossist- og distribusjonstjenester på rimelige, transparente og ikke-diskriminerende vilkår kan reguleres i lov om god handelsskikk.

Komiteens medlemmer fra Høyre og Kristelig Folkeparti viser til at konkurransesituasjonen i verdikjeden for dagligvarer er sammensatt, og det er mye oppmerksomhet om mat og matvarepriser. Disse medlemmer viser videre til at Stortinget ved flere anledninger har behandlet forslag med sikte på å styrke konkurransen i dagligvaremarkedet. Disse medlemmer viser også til at det pågår et arbeid med revidering av lov om god handelsskikk.

Et velfungerende dagligvaremarked er viktig for både forbrukere, leverandører og næringslivet. Samtidig mener disse medlemmer at strukturelle inngrep i markedsmekanismene må være kunnskapsbaserte, målrettede og proporsjonale. Forslag som kan svekke investeringsevne, føre til større byråkrati eller redusere effektiviteten i verdikjeden, bør unngås.

Disse medlemmer viser til at det på tross av en bred politisk enighet om bedre konkurranse i dagligva-

remarkedet, har skjedd lite som har påvirket det overordnede bildet. Diskusjonen preges av mye oppmerksomhet mot sluttledet i verdikjeden.

Komiteens medlemmer fra Høyre viser til Dokument 8:58 S (2025–2026), jf. Innst. 130 S (2025–2026) og forslaget der om en gjennomgang av hele verdikjeden for mat. En marginstudie av hele verdikjeden ville etter disse medlemmers vurdering kunne utfyllt marginstudien for dagligvare til Konkurransetilsynet i 2024 samt de årlige dagligvarerapportene til tilsynet. Dessverre ble dette forslaget om helt nødvendig kunnskapsinnhenting stemt ned.

Disse medlemmer viser til at norske matvarepriser er høye sammenlignet med andre land, og produktutvalget er i tillegg langt mindre. De siste års økte priser er ikke et unikt norsk problem, men det kommer på toppen av allerede høye priser og et begrenset vareutvalg hvor flere varer er beskyttet av importvernet.

Komiteens medlemmer fra Høyre og Kristelig Folkeparti viser til at Menon-publikasjon nr. 177/2024 og Menons kartlegging av utfordringer knyttet til tilgang til distribusjon, og vil understreke at det er viktig å skille mellom legitim vertikal integrasjon og konkurransebegrensende adferd. Det er ingen automatikk i at integrasjon er skadelig. Det kan også bidra til effektivitet og lavere kostnader for forbruker, slik Menons rapport beskriver. I rapporten fremgår det også at det ikke er påvist noen markedssvikt.

Disse medlemmer viser til at egne merkevarer (EMV) også kan bidra til konkurranse og forbrukervalg. At kjedene har egne produkter, er ikke i seg selv problematisk, så lenge konkurranselovgivningen og krav om likebehandling ivaretas. I noen tilfeller er disse produktene, som beskrevet i rapporten fra Samfunnsøkonomisk analyse AS, Kartlegging av egne merkevarer og vertikal integrasjon i dagligvaremarkedet, Rapport 15–2023, utarbeidet for Nærings- og fiskeridepartementet, 29. september 2023, også det som sikrer konkurranse i et marked og i varelinjer hvor enkelte leverandører har høy markedsandel. I Konkurransetilsynets Dagligvarerapport for 2023 slås det fast at konsentrasjonen i leverandørledet er like høy eller høyere enn i detaljistledet innen flere viktige varekategorier. Disse medlemmer vil også minne om at egne merkevarer brukes i en rekke andre bransjer.

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti, Senterpartiet, Rødt og Miljøpartiet De Grønne mener det er positivt at egne merkevarer (EMV) i noen tilfeller kan skape prispress og videre bidra til å tilby forbrukerne rimeligere matvarer. Samtidig er disse medlemmer bekymret for at den sterke veksten i EMV også svekker konkurransen betydelig dersom kjedene får for stor kontroll over hylle-

plass, markedsføring og tilgang til markedet. Derfor mener disse medlemmer at det er grunn til å vurdere om dagens utvikling kan føre til økt avhengighet av kjedenes egne merkevarer på bekostning av uavhengige produsenter, mangfoldet i markedet og langsiktig konkurranse.

Disse medlemmer vil derfor fremholde behovet for å utrede mulige tiltak som kan sikre en bedre balanse mellom kjedenes EMV-produkter og uavhengige leverandører, slik at konkurransen styrkes og forbrukerne får et bredere og mer mangfoldig tilbud.

Disse medlemmer fremmer derfor følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen utrede tiltak for å begrense utbredelsen av egne merkevarer (EMV) i dagligvarekjedene, med mål om en balansert og sunn konkurranse.»

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt viser til at det norske dagligvaremarkedet i dag preges av ekstrem konsentrasjon av eierskap og makt, der tre paraplykjeder kontrollerer det aller meste av markedet, samtidig som de i økende grad opererer med egne merkevarer og har bygget opp kontroll over sentrale deler av verdikjeden. Når de samme aktørene er både kunde, konkurrent og portvokter, svekkes konkurransen, prisene holdes kunstig høye, utvalget i butikkene reduseres og en stadig mindre del av verdiskapingen tilfaller bønder og uavhengige matprodusenter.

Disse medlemmer viser til at strukturen i dagligvarebransjen bidrar til et system der åpenhet om prisfastsettelse ikke er i kjedenes interesse. Resultatet er høye og lite oversiktlige priser, begrenset vareutvalg og svake vilkår for mange produsenter. Det er først og fremst denne markedsmakten det er nødvendig å gjøre noe med.

Disse medlemmer vil særlig framheve kontrollen de store kjedene har over grossistledet, som problematisk. Når de samme aktørene eier både butikkene og infrastrukturen som frakter maten fram til butikkhyllene, gis de en strukturell makt som gjør det mulig å stenge konkurrenter ute, presse leverandører på vilkår og holde prisene kunstig høye. Grossistledet fungerer i praksis som en lukket infrastruktur, der adgangen styres av kjedene selv. Når markedsmakten blir for stor, er det et legitimt og nødvendig ansvar for myndighetene å sette tydelige rammer for å sikre reell konkurranse.

Disse medlemmer vil understreke at dagens konkurranselovgivning i liten grad er tilpasset markedstyper der vertikal integrasjon og sterk kjøpermakt spiller en avgjørende rolle for konkurransedynamikken. Det er derfor nødvendig å gjennomgå lovverket med sikte på å redusere maktkonsentrasjon og sikre reell konkurranse. Disse medlemmer mener regjeringen

bør sette ned et lovutvalg som kan vurdere systematisk hvordan konkurranseloven bør moderniseres, hvilke reguleringer som mangler, og hvordan myndighetene i praksis kan få til oppsplitting eller eierskapsbegrensninger.

Inntil mer omfattende strukturelle tiltak eventuelt blir gjennomført, mener disse medlemmer at økt åpenhet om priser kan være et viktig virkemiddel, og at det derfor bør stilles krav til prisrapportering og etableres en offentlig prisportal for matvarer i Norge. Erfaringer fra andre land viser at når priser blir enklere å sammenligne, øker konkurransepresset også i dagligvarebransjen. Både Forbrukerrådet og Konkurransetilsynet har pekt på at en prisportal kan fungere, gitt riktige rammer.

Disse medlemmer finner det vanskelig å se hvorfor forbrukerne skal skjermes fra prisinformasjon, når aktørene i markedet allerede i stor grad har oversikt over hverandres priser. Etter Konkurransetilsynets sak om prissammenligningstjenester er det lite som tyder på at kjedenes overvåking av hverandre har opphørt, den har snarere endret form. Opplysninger om at kjeder kjøper varer hos hverandre for å følge prisutviklingen, illustrerer etter disse medlemmers syn behovet for større åpenhet. Eventuell risiko for prissamarbeid kan reduseres ved at priser publiseres med en viss tidsforsinkelse.

Disse medlemmer merker seg innvendinger om at prissammenligning tidligere ikke har fungert tilfredsstillende. Etter disse medlemmers syn skyldtes dette i stor grad svakt datagrunnlag og begrenset teknologi. I dag håndteres sanntidsdata og komplekse prismodeller i en rekke bransjer, og det er derfor lite troverdig at dagligvarebransjen ikke skulle kunne gjøre det samme.

Disse medlemmer mener at en prisportal bør være uavhengig og offentlig driftet, med standardiserte varekategorier og tydelige krav til rapportering. I motsetning til eksisterende prissammenligninger, som ofte bygger på et begrenset vareutvalg og avgrensede områder, bør en slik løsning omfatte alle kjeder, alle butikker og alle varer. Krav til systematisk prisrapportering kan også legge til rette for at uavhengige aktører utvikler egne prisportaler basert på et solid datagrunnlag. Etter disse medlemmers syn er ikke løsningen mindre åpenhet, men bedre regulering av et marked der enkelte aktører har fått for stor makt.

Disse medlemmer understreker at dagens høye matpriser ikke skyldes importvernet eller norsk landbrukspolitikk, men et dagligvaremarked som fungerer til fordel for noen få eiere og investorer. Et sterkt importvern er en forutsetning for norsk matproduksjon, økt selvforsyning og beredskap, og må ligge fast. Etter disse medlemmers syn er det nødvendig å kombinere et tydelig forsvar av importvernet med kraftfulle

tiltak for å sikre bedre konkurranse, lavere priser og større mangfold i dagligvaremarkedet.

Disse medlemmer mener derfor at Stortinget må ta et langt mer aktivt ansvar for å regulere maktkonsentrasjonen i dagligvaresektoren, slik at markedet igjen kan fungere til beste for forbrukerne, produsentene og samfunnet som helhet, ikke bare for dagligvarebaronene.

På bakgrunn av dette fremmer disse medlemmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen etablere en offentlig og uavhengig prisportal for matvarer i Norge med standardiserte varekategorier og tydelige krav til rapportering fra dagligvarekjedene.»

«Stortinget ber regjeringen gi Konkurransetilsynet tilstrekkelige ressurser til å overvåke, kontrollere og håndheve etterlevelsen av krav til prisrapportering og annet relevant regelverk på en effektiv måte.»

«Stortinget ber regjeringen sette ned et norsk offentlig utvalg som skal utrede ulike modeller for å redusere markedsmakten til dagligvarekjedene, inkludert eierskapsbegrensninger i grossistledet i verdikjeden. Utvalget bør vurdere hvordan Konkurranseloven bør endres for å redusere maktkonsentrasjonen i norsk dagligvarebransje.»

«Stortinget ber regjeringen stille krav til at leverandører med vesentlig markedsrett skal tilby dagligvarekjeder og grossister lik tilgang til ytelser og motytelser som bonuser, rabatter og rabattordninger, markedsføring- og kampanjestøtte eller økonomiske ytelser for kjøp av tjenester.»

«Stortinget ber regjeringen stille krav til at leverandører med vesentlig markedsrett skal operere med transparente vilkår overfor dagligvarekjeder og grossister, slik at det kan tas informerte beslutninger om innkjøp.»

«Stortinget ber regjeringen utrede om det er hensiktsmessig å opprette et offentlig alternativ til dagligvarekjedene for å gi forbrukerne lavere priser på basisvarer, sikre at bønder og produsenter får bedre betalt, gi småskalaprodusenter en ny vei inn i butikkhyllene, og styrke norsk matberedskap ved å prioritere norske råvarer.»

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen innføre en utfyllende forskrift for dagligvarebransjen til konkurranseloven § 11 hvor dominerende stilling defineres som dagligvarekjeder med 30 pst. markedsandel eller mer.»

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt viser til at det norske dagligvaremarkedet preges av en ekstrem konsentrasjon. Tre store kjeder – Norgesgruppen ASA, Coop Norge SA og Reitan AS – kontrollerer så godt som hele markedet. Stordriftsfordeler og de enorme mengdene kapital som er investert i kjedenes egne leverandør-, grossist- og distribusjonsledd, gir disse aktørene mulighet til å dominere verdikjeden fra jord til bord.

Disse medlemmer mener at ulempene ved denne konsentrasjonen har blitt stadig tydeligere de siste årene. Siden 2020 har matvareprisene økt med om lag 30 pst., noe som er 7 prosentpoeng over den generelle konsumprisindeksen. Fordi det er de med lave inntekter som bruker den største andelen av inntektene sine på mat, har prisveksten bidratt til å øke de økonomiske forskjellene. På toppen av prisøkningen blir kundene møtt av lite mangfold i butikkhyllene, og forvirrende tilbudskampanjer som gjør det vanskelig å holde oversikt over det egentlige prisnivået.

Disse medlemmer mener at man samtidig har sett at leverandører og matvareprodusenter utsettes for et stadig sterkere press. Kjedenes egne merkevarer (EMV) utgjør en økende andel av sortimentet, noe som skaper en interessemotsetning hvor kjedene både er kunder av og konkurrenter til leverandørene. Som resultat blir den norske jordbruksnæringen stadig mer avhengig av subsidier fra det offentlige.

Disse medlemmer viser til at regjeringen i 2023 lanserte en tipunksplan for bedre utvalg og lavere priser i matbutikken. Selv om regjeringen bør belønnes for å ta situasjonen i dagligvarebransjen på alvor, har markeds-konsentrasjonen og den vertikale integrasjonen fortsatt å vokse.

Disse medlemmer mener at det haster med å ta grep som kan sikre en dagligvaresektor som i større grad kommer kundene, matprodusentene og de uavhengige leverandørene til gode. Disse medlemmer foreslår derfor en rekke grep for å sikre en mer bærekraftig og rettferdig verdikjede for mat.

Disse medlemmer fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag til en utvidelse av konkurranselovgivningen som skal sikre at kjeder med sterk markedsstilling i grossist- og distribusjonsvirksomhet plikter å gi alle aktører i dagligvaremarkedet tilgang til sine grossist- og distribusjonstjenester på ikke-diskriminerende vilkår.»

Komiteens medlem fra Rødt fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag til utvidelse av konkurranselovgivningen for å etablere et rammeverk for utpeking av kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet.»

Komiteens medlemmer fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt fremmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å illegge forbud mot skjulte prisøkninger i dagligvarebransjen i form av krympflasjon.»

«Stortinget ber regjeringen utrede tiltak mot villedende tilbud i dagligvarebransjen, herunder å utvide tidsperioden for laveste førpris.»

Disse medlemmer viser til en rapport skrevet av forskningsinstituttet SIFO som på oppdrag fra regjeringen har undersøkt dagligvarekjedenes fordelsprogrammer. Rapporten finner at kunder må være aktive og oppmerksomme for å få fullt utbytte av programmene. Dette kan føre til at sårbare grupper, som er de som trenger å spare inn på dagligvare, betaler mer for maten enn andre.

Disse medlemmer mener dette kan føre til et klasseskille mellom kundene. Disse medlemmer viser også til at dagligvarekjedene i dag selger kundeinformasjon samlet inn gjennom digitale fordelsprogrammer til tredjeparter. Disse medlemmer mener dette kan insentivere dagligvarekjedene til å investere i fordelsprogrammer i stedet for å redusere prisene, og at dette kan øke prisene og forsterke klasseskillet som nevnt over.

På denne bakgrunn fremmer disse medlemmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen utrede tiltak for å gjøre fordelsprogrammene mer oversiktlige og sosialt rettfærdige.»

«Stortinget ber regjeringen sørge for at det innføres et forbud mot at dagligvarekjeder videreselger informasjon om kundene sine til tredjeparter.»

Komiteens medlem fra Sosialistisk Venstreparti og Miljøpartiet De Grønne vil understreke at maktkonsentrasjonen i dagligvaremarkedet kan svekke konkurransen, forbrukernes valgmuligheter og mulighetene for et mangfold av små og bærekraftige aktører til å nå markedet. Disse medlemmer vil fremheve betydningen av god forbrukerinformasjon og et sterkt forbrukervern.

Disse medlemmer mener at bedre tilgang til grossist- og distribusjonstjenester er avgjørende for å sikre reell markedsadgang og for å utvikle mer lokalt baserte og sirkulære matsystemer, noe som også er viktig for vår matberedskap. Disse medlemmer viser til at markedsadgang blant annet er en betydelig barriere for rekruttering av flere norske økologiske matprodusenter, som er avgjørende for å oppnå Stortingets vedtatte mål om 10 pst. økologisk produksjon.

På denne bakgrunn fremmer disse medlemmer følgende forslag:

«Stortinget ber regjeringen utrede tiltak for å styrke markedsadgangen for små produsenter og lokalt foredlede produkter, herunder vurdere regulatoriske grep som fremmer korte verdikjeder mellom produsent og forbruker.»

Forslag fra mindretall

Forslag fra Sosialistisk Venstreparti, Senterpartiet, Rødt og Miljøpartiet De Grønne:

Forslag 1

Stortinget ber regjeringen utrede tiltak for å begrense utbredelsen av egne merkevarer (EMV) i dagligvarekjedene, med mål om en balansert og sunn konkurranse.

Forslag fra Sosialistisk Venstreparti, Rødt og Miljøpartiet De Grønne:

Forslag 2

Stortinget ber regjeringen innføre en utfyllende forskrift for dagligvarebransjen til konkurranseloven § 11 hvor dominerende stilling defineres som dagligvarekjeder med 30 pst. markedsandel eller mer.

Forslag fra Senterpartiet, Rødt og Kristelig Folkeparti:

Forslag 3

Stortinget ber regjeringen legge frem en stortingsmelding om norsk dagligvarebransje som helhetlig vurderer konkurransesituasjonen, markedskonsentrasjonen og virkemiddelbehovet for å bedre konkurransen i markedet.

Forslag fra Sosialistisk Venstreparti og Rødt:

Forslag 4

Stortinget ber regjeringen etablere en offentlig og uavhengig prisportal for matvarer i Norge med standardiserte varekategorier og tydelige krav til rapportering fra dagligvarekjedene.

Forslag 5

Stortinget ber regjeringen gi Konkurransetilsynet tilstrekkelige ressurser til å overvåke, kontrollere og håndheve etterlevelsen av krav til prisrapportering og annet relevant regelverk på en effektiv måte.

Forslag 6

Stortinget ber regjeringen sette ned et norsk offentlig utvalg som skal utrede ulike modeller for å redusere

markedsmakten til dagligvarekjedene, inkludert eierskapsbegrensninger i grossistleddet i verdikjeden. Utvalget bør vurdere hvordan Konkurranseloven bør endres for å redusere maktkonsentrasjonen i norsk dagligvarebransje.

Forslag 7

Stortinget ber regjeringen stille krav til at leverandører med vesentlig markedspekt skal tilby dagligvarekjeder og grossister lik tilgang til ytelser og motytelser som bonuser, rabatter og rabattordninger, markedsføring- og kampanjestøtte eller økonomiske ytelser for kjøp av tjenester.

Forslag 8

Stortinget ber regjeringen stille krav til at leverandører med vesentlig markedspekt skal operere med transparente vilkår overfor dagligvarekjeder og grossister, slik at det kan tas informerte beslutninger om innkjøp.

Forslag 9

Stortinget ber regjeringen utrede om det er hensiktsmessig å opprette et offentlig alternativ til dagligvarekjedene for å gi forbrukerne lavere priser på basisvarer, sikre at bønder og produsenter får bedre betalt, gi småskalaprodusenter en ny vei inn i butikkhyllene, og styrke norsk matberedskap ved å prioritere norske råvarer.

Forslag 10

Stortinget ber regjeringen fremme forslag til en utvidelse av konkurranselovgivningen som skal sikre at kjeder med sterk markedsstilling i grossist- og distribusjonsvirksomhet plikter å gi alle aktører i dagligvaremarkedet tilgang til sine grossist- og distribusjonstjenester på ikke-diskriminerende vilkår.

Forslag 11

Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å ilegge forbud mot skjulte prisøkninger i dagligvarebransjen i form av krympflasjon.

Forslag 12

Stortinget ber regjeringen utrede tiltak mot villende tilbud i dagligvarebransjen, herunder å utvide tidsperioden for laveste førpris.

Forslag 13

Stortinget ber regjeringen utrede tiltak for å gjøre fordelsprogrammene mer oversiktlige og sosialt rettfærdige.

Forslag 14

Stortinget ber regjeringen sørge for at det innføres et forbud mot at dagligvarekjeder videregir informasjon om kundene sine til tredjeparter.

Forslag fra Sosialistisk Venstreparti og Miljøpartiet De Grønne:

Forslag 15

Stortinget ber regjeringen utrede tiltak for å styrke markedsadgangen for små produsenter og lokalt foredelede produkter, herunder vurdere regulatoriske grep som fremmer korte verdikjeder mellom produsent og forbruker.

Forslag fra Rødt:

Forslag 16

Stortinget ber regjeringen fremme forslag til utvidelse av konkurranselovgivningen for å etablere et rammeverk for utpeking av kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet.

Komiteens tilråding

Komiteens tilråding fremmes av medlemmene i komiteen fra Arbeiderpartiet, Fremskrittspartiet, Høyre, Senterpartiet, Miljøpartiet De Grønne og Kristelig Folkeparti.

Komiteen har for øvrig ingen merknader, viser til dokumentet og rå Stortinget til å gjøre følgende

vedtak:

Dokument 8:89 S (2025–2026) – Representantforslag fra stortingsrepresentantene Mimir Kristjánsson, Synne Høyforsslett Bjørnbæk og Marie Sneve Martinussen om å åpne grossistleddet og gjøre prisutviklingen mer oversiktlig i norsk dagligvarebransje – vedtas ikke.

Oslo, i næringskomiteen, den 14. april 2026

Rune Støstad

leder

Bengt Rune Strifeldt

ordfører



DET KONGELIGE
NÆRINGS- OG FISKERIDEPARTEMENT

Næringsministeren

Stortingets næringskomité

Deres ref

Vår ref

Dato

26/746-

13. februar 2026

Dokument 8:89 S (2025–2026) – Representantforslag om å åpne grossistledet og gjøre prisutviklingen mer oversiktlig i norsk dagligvarebransje

Jeg viser til brev av 30. januar 2026 der Stortingets næringskomité ber om min uttalelse til representantforslag 8:89 S (2025-2026) fra stortingsrepresentantene Mímir Kristjánsson, Synne Høyforsslett Bjørnbæk og Marie Sneve Martinussen, om å åpne grossistledet og gjøre prisutviklingen mer oversiktlig i norsk dagligvarebransje.

Forslagene i ovennevnte representantforslag har flere likhetstrekk med Dokument 8:191 S (2024–2025) – representantforslag om å åpne grossistledet og sikre en mer rettferdig dagligvarehandel (forslag fra representantene Geir Jørgensen, Marie Sneve Martinussen, Tobias Drevland Lund og Mímir Kristjánsson), som Stortinget behandlet i mai 2025.

Barne- og familiedepartementet (BFD) har gitt innspill til forslag fem og seks.

Konkurransesituasjonen i dagligvarebransjen

Jeg deler representantenes bekymring om konkurransesituasjonen i dagligvarebransjen, som er utfordrende. Noen få aktører dominerer markedene, og det er vanskelig for små og nye aktører å etablere seg. Norske forbrukere møter høyere priser og mindre utvalg i dagligvarehyllene sammenlignet med forbrukere i andre land. Tall fra Statistisk sentralbyrå (SSB) viser at prisene på mat og drikke i flere år har vokst mer enn den generelle prisveksten. De siste oppdaterte tallene fra SSB viser at prisene har økt med 4,2 prosent det siste året (januar 2025–januar 2026).¹

Regjeringen jobber med å legge til rette for bedre konkurranse i dagligvarebransjen, og prioriterer dette arbeidet høyt. Tiltakene i regjeringens «10-punktsplan for bedre utvalg og lavere priser i matbutikken»² er gjennomført. Planen omhandlet blant annet kartlegging av marginer og lønnsomhet til aktører i dagligvarebransjen, nye virkemidler til

¹ [Konsumprisindeksen – SSB](#)

² <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/10-punktsplan-for-bedre-utvalg-og-lavere-priser-i-matbutikken/id2961697/>

Konkurransetilsynet og tiltak knyttet til vertikal integrasjon, egne merkevarer (EMV) og prissettingen i markedene.

Før sommeren 2025 la regjeringen fram ytterligere tiltak^{3,4} for å bedre konkurransen i dagligvarebransjen. Tiltakene omhandler blant annet:

- god prisinformasjon til forbrukerne
- vurdering av mulige tiltak mot konkurransevridende bruk av eksklusive leieavtaler
- god handelsskikk i dagligvarebransjen
- utredning om krav til skiller mellom regnskaper eller funksjoner kan gi mer åpenhet og bedre tilsyn i dagligvarebransjen
- undersøke vilkår for små aktører i dagligvarebransjen
- nye undersøkelser av lønnsomhet og marginer i dagligvarebransjen

Konkurrans utfordringene i dagligvarebransjen er komplekse, og det er ikke ett enkelt grep som vil løse utfordringene. Det er summen av de ulike tiltakene regjeringen gjennomfører som over tid vil kunne ha en effekt på konkurransen.

Tilgang til grossist- og distribusjonstjenester på ikke-diskriminerende vilkår (forslag 1)

Regjeringen har over lengre tid hatt fokus på om manglende tilgang til grossisttjenester kan utgjøre en etableringshindring i dagligvarebransjen. Manglende tilgang til grossist- og distribusjonstjenester kan føre til utestengelser i verdikjeden for mat. Dette kan bidra til at det blir vanskeligere å etablere seg i de andre leddene i verdikjeden, og føre til svekket konkurranse. Etableringshindringer kan blant annet oppstå som følge av stordriftsfordeler og vertikal integrasjon. Avhengig av utformingen kan en eventuell regulering av tilgangen til grossisttjenester bidra til å redusere etableringshindringene i dagligvarebransjen.

En eventuell regulering vil være inngripende, særlig for dagligvarekjeder som i dag ikke tilbyr tilgang til sine grossisttjenester til uavhengige detaljister. Det er også slik at dagligvarekjedene kan få svekkede incentiver til å drifte tilbudet av grossist- og distribusjonstjenester effektivt. Grunnen er blant annet at fordelene av eventuelle effektivitetsgevinster også vil tilfalle konkurrerende uavhengige detaljister og leverandører, slik at det å ha et eget effektivt grossistledd blir en mindre konkurransefordel for dagligvarekjedene. Svakere incentiver til effektiv drift kan føre til økte kostnader og høyere priser til forbrukere. En regulering kan også føre til at dagligvarekjeder som i dag har egne grossistledd på sikt velger å legge disse ned og at det dermed blir mindre konkurranse om å tilby grossist- og distribusjonstjenester. Det kan skje dersom det over tid viser seg at det pga. tilgangsreguleringen er mer lønnsomt å kjøpe grossisttjenester av en annen dagligvarekjede enn å opprettholde et eget grossistledd. Regjeringen er derfor opptatt av at spørsmålet om regulering av tilgang til grossisttjenester utredes grundig.

I mai 2024 lyste Nærings- og fiskeridepartementet (NFD) ut et oppdrag om å kartlegge tilgang til grossisttjenester i dagligvaremarkedet. Oppdraget ble tildelt Menon Economics

³ <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/nye-tiltak-for-bedre-konkurranse-i-dagligvarebransjen/id3101561/>

⁴ <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/regjeringen-folger-opp-arbeidet-med-dagligvarebransjen/id3112701/>

(Menon), og de leverte sin rapport i desember 2024.⁵ I rapporten «Kartlegging av tilgang til dagligvaregrossisttjenester»⁶ viste Menon til at de ikke kunne påvise en markedssvikt i grossistmarkedet for dagligvarer som tilsier at tilgangen til slike tjenester bør reguleres. Menon fant ikke tegn til at detaljister eller leverandører nektes tilgang til grossisttjenester. Videre viste de til flere trender i grossistmarkedet, blant annet at konkurransepresset hadde økt gjennom etablering av Kolly AS og DLVRY AS.

Menon avdekket imidlertid at det var enkelte utfordringer i tilgangen til grossist- og distribusjonstjenester i dagligvarebransjen. Blant annet varierte det om detaljister og leverandører opplevde at vilkårene for tilgang var konkurransedyktige. For små detaljister er NorgesGruppens ASKO i mange tilfeller det eneste alternativet. Flere leverandører oppga at de opplevde at det ikke finnes et marked for grossisttjenester, og at de er pålagt å bruke dagligvarekjedenes grossister, noe leverandørene peker på at gir kjedene stor forhandlingsmakt. Flere leverandører opplevde også at distribusjonspåslagene er høye, og mistenker høyere påslag for leverandørenes merkevarer enn for EMV.

Menons kartlegging gir ikke et klart svar på om tilgangen til grossist- og distribusjonstjenester i dagligvarebransjen bør reguleres eller ikke. Etableringene av Kolly AS og DLVRY AS kan vise at etableringshindringene allikevel ikke er så høye at de forhindrer nyetablering. Videre har det i etterkant av Menons kartlegging skjedd ytterligere markedsutvikling. Snarkjøp Gruppen fikk i 2025 en avtale med ASKO. Snarkjøp Gruppen har samarbeidet med ASKO også tidligere, men har da kun fått tilgang til den delen av ASKO som retter seg mot serveringsmarkedet.⁷ Snarkjøp Gruppens nye avtale med ASKO kan være et eksempel som bekrefter Menons funn om at aktører ikke blir nektet tilgang, og at det er mulig for aktører å oppnå bedre vilkår for levering av grossisttjenester.

I høring av forslag til endringer av lov om god handelsskikk⁸ av 22. mai 2025 ble det bedt om høringsinstansene tilbakemelding om lov om god handelsskikk bør regulere tilgang til grossisttjenester.⁹ Det ble i høringen vist til at uavhengige leverandører og detaljister er avhengige av dagligvarekjedenes grossister for å kunne selge sine varer. Det ble også nevnt at problemstillingene hadde grenseflater til konkurranseloven.

I høringsnotatet ble det skissert mulige rammer for hvordan tilgang til grossist- og distribusjonstjenester kan reguleres.¹⁰ En regulering kan for eksempel utformes som et krav om at større grossister må gi uavhengige aktører tilgang til tjenestene, for eksempel på ikke-diskriminerende vilkår. Samtidig ble det vist til at en eventuell regulering kan svekke insentivene til forhandlinger mellom aktørene og at det kan være utfordringer med å ivareta

⁵ <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/rapport-om-tilgang-til-grossisttjenester-i-dagligvarebransjen/id3081174/>

⁶ <https://www.regjeringen.no/contentassets/8487e2f5db78484cb3af5250416badd3/menon-rapport-kartlegging-av-tilgang-til-dagligvaregrossisttjenester.pdf>

⁷ Nyhetssak i E24 av 21. september 2025, «Dagligvareutfordrer med ny Asko-avtale: – Blir mer konkurransedyktige». Lenke til nyhetssaken: <https://e24.no/naeringsliv/i/QRywo/dagligvareutfordrer-med-ny-asko-avtale-blir-mer-konkurransedyktige>

⁸ Lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden nr. 29 av 17. april 2020.

⁹ <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/vil-ha-tydeligere-regler-for-forhandlinger-i-dagligvarebransjen/id3102377/>

¹⁰ Høringsnotat «Forslag til endringer i lov om god handelsskikk i dagligvarekjeden (presiseringer i god handelsskikk-standarder mv.)», side 30-31.

saklig begrunnede variasjoner i tilgangsvilkårene. Det ble også påpekt at en eventuell regulering innebærer en risiko for at grossist- og distribusjonstjenestene kan bli dyrere og av lavere kvalitet, noe som igjen kan gi høyere priser på varer ut til forbrukere.

I høringen var det 12 av 21 instanser som uttalte at de var for en regulering. De store dagligvarekjedene var imot en regulering, mens mindre aktører, for eksempel Oda, var for en regulering.¹¹ Både Forbrukerrådet og Konkurransetilsynet mente at en regulering kan være gunstig, men at den må innrettes varsomt og på en måte som ikke skader konkurransen. Konkurransetilsynet viser i sin høringsuttalelse til at det vil være krevende å etablere en målrettet regulering som ikke samtidig påfører markedsaktører høye etterlevelseskostnader, og at en regulering vil være ressurskrevende å håndheve.¹²

I den videre oppfølgingen av forslaget vurderer departementet om dagligvarekjedenes tilgangspraksis er egnet til å begrense konkurransen, og om en tilgangsregulering er et egnet tiltak til å korrigere eventuelle konkurranseutfordringer. Dette arbeidet krever grundige økonomiske og juridiske vurderinger, bl.a. av juridisk handlingsrom, forholdsmessighet mv. Departementet vurderer også om en eventuell tilgangsregulering bør innføres som en forskrift med hjemmel i konkurranseloven § 14. Hvis en tilgangsregulering fremstår som hensiktsmessig, vil et forslag til forskrift hjemlet i konkurranseloven sendes på høring på normal måte. Representantenes forslag er derfor etter min vurdering allerede ivaretatt.

Jeg er i likhet med representantene opptatt av spørsmålet om manglende tilgang til grossisttjenester kan føre til svakere konkurranse i dagligvarebransjen. Men eventuelle tiltak må utredes grundig slik at vi kan være trygge på at tiltak fører til et bedre dagligvaretilbud til forbrukerne.

Rammeverk for utpeking av kjeder med sterk markedsstilling (forslag 2)

Det eksisterer allerede regler i konkurranseloven som regulerer hvordan en dominerende aktør kan opptre i markedet. Konkurranseloven § 11 forbyr aktører med en dominerende stilling å misbruke sin markedsrett. Hvorvidt en aktør har en dominerende stilling i et marked avhenger av flere faktorer, og må vurderes konkret i hvert enkelt tilfelle. At en aktør har en dominerende stilling i et marked, trenger heller ikke å bety at den har en slik stilling i andre markeder. Det er heller ikke noe forbud mot å ha eller opparbeide seg en dominerende stilling. Det er *misbruk* av en slik markedsposisjon som er ulovlig. Å konstatere at en aktør har en dominerende stilling uten å knytte det til de konkrete omstendighetene i markedet vil derfor ikke ha noen effekt, med mindre en slik utpeking også medfører visse plikter.

Regjeringen har videre allerede innført utvidelser av konkurranseloven som er egnet til å ivareta representantenes forslag. I desember 2024 vedtok Stortinget endringer i konkurranseloven om innføring av markedsetterforskning. Endringene trådte i kraft i 1. juli

¹¹ <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/horing-av-forslag-til-endringer-i-lov-om-god-handelsskikk-presiseringer-i-god-handelsskikk-standarden-mv/id3101536/?uid=94713dd2-2645-4217-93dd-77a2b5947ab4>

¹² Høringsuttalelse fra Konkurransetilsynet, side 5–6: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/horing-av-forslag-til-endringer-i-lov-om-god-handelsskikk-presiseringer-i-god-handelsskikk-standarden-mv/id3101536/?uid=b62f5eab-56bd-4abc-b3bf-f388c85c2f24>

2025, og gir Konkurransetilsynet mulighet til å gjennomføre markedsetterforskning i markeder hvor det foreligger forhold som tilsier at konkurransen er eller står i fare for å bli vesentlig begrenset. Dersom tilsynet etter å ha gjennomført en grundig undersøkelse av markedet avdekker forhold som vesentlig begrenser eller er egnet til å vesentlig begrense konkurransen, kan tilsynet vedta avhjelpende tiltak. Tiltakene kan være både atferdsregulerende og strukturelle. Det er ikke krav om at det er påvist eller foreligger mistanke om brudd på konkurranselovens forbudsbestemmelser slik som etter konkurranseloven § 12. Et atferdsregulerende tiltak kan for eksempel være å pålegge aktører med sterk markedsstilling særlige plikter for å motvirke forhold som begrenser konkurransen.

Som i andre saker om håndheving av konkurranseloven, så er Konkurransetilsynet uavhengig av departementet i saker om markedsetterforskning. Hvorvidt det er grunnlag for å igangsette en markedsetterforskning, eller om det er grunnlag for å treffe tiltak, er dermed opp til Konkurransetilsynets uavhengige og konkurransefaglige skjønn.

Stortingsmelding om norsk dagligvarebransje (forslag 3)

Som omtalt innledningsvis, og under forslaget om grossisttilgang, arbeider regjeringen med en rekke tiltak for å bedre konkurransen i dagligvarebransjen. Det er også gjennomført en rekke utredninger om ulike forhold i norsk dagligvarebransje. Konkurransetilsynet utarbeider en årlig dagligvarerapport, hvor det redegjøres grundig for konkurransesituasjonen i norsk dagligvarebransje. Den siste ble publisert 11. april 2025.¹³ En stortingsmelding om norsk dagligvarebransje vil derfor etter min vurdering ikke bidra til nye vurderinger eller fakta nå. Tvert imot kan det forsinke allerede igangsatt arbeid og tiltak. Jeg vurderer derfor at det er mer effektivt å fortsette arbeidet regjeringen allerede har igangsatt, framfor å begynne et nytt arbeid med en stortingsmelding. I tillegg er det ikke lenge siden forrige stortingsmelding om dagligvarebransjen, lagt fram 19. juni 2020.¹⁴

Tiltak for å begrense utbredelsen av egne merkevarer (forslag 4)

Som del av oppfølgingen av regjeringens tipunktsplan, og Stortingets vedtak nr. 607 av 31. mai 2022, har det blitt gjennomført en kartlegging av omfanget av dagligvarekjedenes egne merkevarer (EMV), og en analyse av virkningene av EMV. Kartleggingen og analysen ble gjennomført av Samfunnsøkonomisk Analyse AS (SØA), på oppdrag for NFD.¹⁵ Rapportene viste at om lag 20 prosent av dagligvarene hos de tre store dagligvarekjedene var EMV i 2022. I 2017 var tilsvarende andel 17 prosent. Til tross for at EMV-andelen i Norge har økt, er den lav sammenlignet med andre land i Europa. SØA kartla også omfanget av tilknyttede merkevarer (TMV: varemerker som er tilknyttet dagligvarekjedene, men i mindre grad enn EMV). SØA fant at andelen av TMV økte fra 7,8 prosent i 2017, til 8,4 prosent i 2022. SØA konkluderte videre med at EMV har hatt positive virkninger for konkurransen i det norske dagligvaremarkedet, og for forbrukernes valgmuligheter. Uheldige virkninger kan oppstå på lengre sikt, men risikoen for dette reduseres så lenge det er tilstrekkelig konkurranse mellom

¹³ <https://konkurransetilsynet.no/wp-content/uploads/2025/04/Konkurransetilsynets-Dagligvarerapport-2024-25-1.pdf>

¹⁴ Meld. St. 27 (2019–2020), Daglegvare og konkurranse – kampen om kundane

¹⁵ <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/utredninger-av-egne-merkevarer-og-vertikal-integrasjon-i-dagligvaremarkedet/id2997249/>

handelsaktørene. SØA anbefalte at overvåking av utviklingen i EMV og andre merkevarekategorier videreføres.

Som oppfølging av anbefalingene fra SØA, har Konkurransetilsynet fått i oppdrag å gjennomføre årlige kartlegginger av utviklingen i EMV og andre merkevarekategorier, samt selskapsstrukturer og markedsandeler i dagligvarebransjen. Overvåkingen gir mulighet til å følge med på utviklingen i omfanget av EMV og andre merkevarekategorier, og grunnlag for å vurdere ytterligere tiltak dersom utviklingen tilsier det.

Dersom uavhengige merkevarer får dårlige vilkår når det gjelder tilgang til grossisttjenester sammenliknet med EMV, kan dette være skadelig for konkurransen. Vurderingen som departementet gjør av om tilgang til grossisttjenester bør reguleres inneholder derfor også en vurdering av dette forholdet. Jeg vil også i denne sammenheng vise til at regjeringen i høring av endringer i lov om god handelsskikk har foreslått endringer i etterlikningsvernet som innebærer at forbudet mot etterligninger retter seg mot dagligvarekjeder som lanserer EMV eller TMV.

Forbud mot skjulte prisøkninger i form av krympflasjon (forslag 5)

Det er allerede i dag regler som begrenser dagligvarekjedenes muligheter til å innføre skjulte prisøkninger i form av krympflasjon. Prisopplysningsforskriften¹⁶ har regler for næringsdrivendes prisopplysning til forbrukere. Markedsføringsreglene er generelt totalharmoniserte EU-regler, og det er som hovedregel ikke nasjonalt handlingsrom for å vedta andre nasjonale regler. Samtidig er det i strid med markedsføringsloven å bevisst villedde forbrukerne med tanke på pris, kvalitet eller mengde. Hvorvidt «krympflasjon» er villedende, må vurderes konkret fra sak til sak. Det er Forbrukertilsynet som fører tilsyn med markedsføringsloven.

Tiltak mot villedende tilbud (forslag 6)

God og tydelig prisinformasjon til forbrukerne er en viktig del av regjeringens arbeid for å bedre konkurransen i dagligvarebransjen. Markedsføringsloven¹⁷ forbyr villedende markedsføring, og prisopplysningsforskriften gir utfyllende regler om prismerking mv. Bestemmelsene gjelder for alle markeder, også for dagligvarebransjen. Formålet med reglene er å unngå at forbrukere blir villedet, og fremme god prisinformasjon for å bedre konkurransen mellom næringsdrivende og gjøre det enklere for forbrukeren å sammenligne priser. Forbrukertilsynet fører tilsyn med at næringsdrivende overholder reglene. I tildelingsbrevet for 2026 er det lagt til grunn at Forbrukertilsynet skal prioritere å føre tilsyn med prismarkedsføring i dagligvaremarkedet, herunder kampanjer og bonusordninger. Dette er en del av tiltakene regjeringen la frem 19. mai 2025 for å bedre konkurransen i dagligvarebransjen.

Der prisen på varer markedsføres som nedsatt, skal den næringsdrivende gi informasjon om varens førpris. Førprisen er den laveste prisen som den næringsdrivende har anvendt i

¹⁶ Forskrift om prisopplysninger mv. for varer og tjenester nr. 1066 av 14. november 2012.

¹⁷ Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. nr. 2 av 9. januar 2009.

minimum 30 dager før markedsføringen startet. Bestemmelsen gjennomfører EU-direktivet om prismerking slik det ble oppdatert med EUs moderniseringsdirektiv fra 2019.

Bestemmelsen trådte i kraft i Norge 1. oktober 2023. Fra 1. januar 2025 ble det også tatt inn et unntak i prisopplysningsforskriften for varer som kan forringes eller foreldes raskt for å gjøre det enklere for næringsdrivende å markedsføre prisnedsettelse av slike varer for å unngå matsvinn, for eksempel ved nedprising av ferske brødvarer på slutten av dagen.

I forarbeidene ble det drøftet om førpris-perioden skulle være lenger enn 30 dager, og det ble vurdert seks uker (se Prop. 50 LS (2022–2023) pkt. 6.6.4). BFD konkluderte imidlertid med at førprisperioden skulle være lik som i Sverige og Danmark og andre EU-land, dvs. 30 dager. Det ble også lagt vekt på at den nye bestemmelsen innfører klare regler, som vil gjøre regelverket lettere å overholde for de næringsdrivende, og enklere å håndheve for forbrukermyndighetene. Det er nødvendig å høste mer erfaring med bestemmelsen før det eventuelt er grunnlag for å utrede om tidsperioden for laveste førpris bør endres.

Regjeringen er også i gang med å kartlegge hvordan forbrukerne opplever prisingen og fordelsprogrammene i dagligvarebransjen. På oppdrag fra BFD og NFD har konsulentselskapet Rambøll og Forbruksforskningsinstituttet SIFO levert første delrapport om dagligvarebutikkens fordelsprogrammer, og andre delrapport skal etter planen leveres 6. mars 2026.¹⁸ Rapportene vil gi et grunnlag for å vurdere behovet for eventuelle ytterligere tiltak om prisinformasjon i dagligvarebransjen.

Med hilsen



Cecilie Terese Myrseth

¹⁸ <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/forste-delrapport-om-dagligvarebutikkens-fordelsprogrammer-er-klar/id3146889/>

