



STORTINGET

Representantforslag 191 S

(2024–2025)

fra stortingsrepresentantene Geir Jørgensen, Marie Sneve Martinussen,
Tobias Drevland Lund og Mímir Kristjánsson

Dokument 8:191 S (2024–2025)

Representantforslag fra stortingsrepresentantene Geir Jørgensen, Marie Sneve Martinussen, Tobias Drevland Lund og Mímir Kristjánsson om å åpne grossistledet, og sikre en mer rettferdig dagligvarehandel

Til Stortinget

Bakgrunn

Det norske dagligvaremarkedet preges av en ekstrem konsentrasjon hvor tre paraplykjeder – Norges-Gruppen ASA, Coop Norge SA og Reitan AS – kontrollerer over 96,6 prosent av markedet, og kan kalles et oligopol. Denne markedsstrukturen gir kjedene uforholdsmessig stor makt over hele verdikjeden for mat. De tre dominerende aktørene har bygget opp lukkede, vertikalt integrerte systemer hvor de kontrollerer både leverandør-, grossist- og detaljistledet. Dette vet man at skaper betydelige etableringshindre for nye aktører og hindrer dermed reell konkurranse.

Konsekvensene av denne maktkonsentrasjonen er alvorlig. Forbrukerne møter høye priser, få valgmuligheter og mindre mangfold i butikkhyllene. Norske matvarepriser ligger godt over EU-gjennomsnittet, med priser som i gjennomsnitt er 25 prosent høyere enn i Sverige og 12 prosent høyere enn i Danmark.

Leverandører og matprodusenter presses stadig hardere på betingelser og priser. Kjedekontrollerte merkevarer (herunder EMV) utgjør en økende andel av sortimentet, og det oppstår en skadelig interessemotsetning da kjedene både er kunde og konkurrent til leve-

randørene. Norske matprodusenter sitter igjen med mindre markedsinntekter enn før, og inntektene i næringen blir stadig mer avhengig av subsidier. Dette gjenspeiles videre i inntektstallene til jordbruket, hvor gjennomsnittslønnen ligger langt under det nasjonale gjennomsnittet.

Til tross for regjeringens 10-punktsplan og Stortingets vedtak om lov om god handelsskikk, har både markedskonsentrasjonen og den vertikale integrasjonen fortsatt å vokse. I dette representantforslaget foreslås det derfor flere strukturelle grep for å sikre en mer bærekraftig og rettferdig verdikjede for mat.

Åpning av grossistledet for en mer rettferdig varehandel

En av hovedutfordringene i det norske dagligvaremarkedet er at de tre dominerende kjedene kontrollerer lukkede infrastrukturer for distribusjon av matvarer. Dette utgjør det største etableringshinderet for nye aktører og er dermed det største hinderet for reell konkurranse i dagligvaremarkedet.

Rapporten «Kartlegging av tilgang til dagligvaregrossistjenester» utført av Menon Economics bekrefter at nesten alle dagligvarer i Norge distribueres via fullsortimentsgrossister kontrollert av ASKO (NorgesGruppen), REMA Distribusjon og Coop Distribusjon. Denne kontrollen over distribusjonskanalene gir de dominerende aktørene en ekstremt dominerende maktposisjon i hele verdikjeden.

En lignende parallell til både problemstilling og løsninger er reguleringen av telekommunikasjon som fant sted i perioden rundt tusenårsskiftet.

Gjennom lover og forskrifter fra midten av 90-tallet og utover, gjennom teleloven og senere ekomloven fra

2003, har man pålagt aktører med sterk markedsstilling å gi tilgang til sine nettverk på ikke-diskriminerende og kostnadsorienterte vilkår. Dette muliggjorde fremveksten av aktører som Ice, OneCall og flere andre. Resultatet ble økt mangfold, lavere priser og mer innovasjon, uten at de opprinnelige aktørene mistet all sin posisjon.

Distribusjonssystemene for dagligvarer har flere sentrale likhetstrekk med telekommunikasjonsnettverkene. Begge preges av høye etableringskostnader som krever milliardinvesteringer, betydelige stordriftsfordeler som gir eksisterende aktører store kostnadsfordeler, og begge utgjør samfunnskritisk infrastruktur. I begge sektorer ser man naturlige monopolendenser fordi parallelle nettverk gir ineffektiv ressursbruk. Disse likhetstrekkene gjør at reguleringsprinsippene som skapte konkurranse i telekomsektoren kan tilpasses for å åpne de lukkede dagligvaredistribusjonssystemene, uten å ødelegge de effektivitetsgevinstene som storskala gir.

En åpning av grossistledet vil direkte adressere flere kritiske problemer i dagligvaremarkedet. Ved å sikre tilgang til distribusjon på ikke-diskriminerende vilkår, senkes den største etableringshindringen for nye aktører dramatisk. Menon-rapporten dokumenterer at kun de aktørene med størst finansiell styrke i dag er i stand til å etablere eget grossistsystem. Et åpent grossistledd eliminerer behovet for investeringer i milliardklassen og muliggjør innovasjon i detaljistledet.

En regulert tilgangsmodell vil sikre at alle aktører, uavhengig av størrelse, får tilgang til distribusjon på like og transparente vilkår. I dag rapporterer flere mindre aktører at de kun får tilgang til storhusholdningssortimentet og utelates fra det fulle dagligvaresortimentet som kjedenes egne butikker får.

For leverandørene vil åpen tilgang bety flere valgmuligheter og en styrket forhandlingsposisjon. I dagens system er leverandører i praksis pålagt å bruke kjedenes integrerte grossister for å få varene ut i butikk. En regulert tilgangsmodell med krav om kostnadsbaserte priser og transparent prissetting vil adressere også dette direkte.

For å sikre reell og effektiv tilgang, er det nødvendig med regulering av tekniske krav og interoperabilitet mellom systemer, samt tilstrekkelige ressurser til tilsynsmyndigheter for å overvåke og håndheve etterlevelsen av disse forpliktelsene.

Forslagsstillerne fremmer derfor flere forslag for å åpne grossistledet til dagligvarekjedene, jf. forslag 1–4.

Strukturelle grep mot maktkonsentrasjon i dagligvarehandelen

Utover en åpning av grossist- og distribusjonsledet kreves flere strukturelle grep for å sikre et mer balansert

dagligvaremarked. Grunnleggende er en regulering som gir myndighetene mulighet til å identifisere kjeder med sterk markedsstilling, lignende hvordan telekomsektoren reguleres.

NorgesGruppen, med sin markedsandel på 44 prosent, har en særstilling som ubestridt maktfaktor. Med en bred portefølje av butikkonsepter, landsdekkende distribusjon og økende leverandørvirksomhet utgjør deres dominans et strukturelt problem for sunn konkurranse.

Et av de mest virkningsfulle grepene for å motvirke maktkonsentrasjon vil være å vurdere oppsplitting av dominerende aktører. Konkurranseloven § 12 gir mulighet for strukturelle tiltak ved konkurransebegrensende atferd. Historisk har slike oppdelinger vist seg effektive, som oppløsningen av Standard Oil i USA i 1911, som viste at strukturelle tiltak kan gjenopprette dysfunksjonelle markeder.

I mellomtiden bør det innføres et regnskapsmessig og funksjonelt skille mellom grossist-/distribusjonsvirksomhet og den øvrige virksomheten for kjeder med sterk markedsstilling. En modell finnes i «Tine-avtalen», der det ble etablert et administrativt og regnskapsmessig skille i Tines virksomhet. Dette vil synliggjøre reelle kostnader i hvert ledd, forhindre kryssubsidiering og sikre likebehandling.

Konkurransetilsynet bør også gis hjemmel til å pålegge reduksjon av markedsandeler gjennom avhending når dette er nødvendig for å fremme bærekraftig konkurranse. Videre bør et eiermessig skille mellom grossist- og detaljistvirksomhet vurderes, samt regulering av dagligvarekjedenes eierskap i matforedlingsindustrien, særlig innen kritiske beredskapsområder.

Forslagsstillerne fremmer derfor en rekke forslag til strukturelle grep mot maktkonsentrasjonen i dagligvarehandelen, jf. forslag 5–10.

Regulering av kjedekontrollerte merkevarer

Kjedekontrollerte merkevarer omfatter langt mer enn tradisjonelle egne merkevarer (EMV). De inkluderer alle produkter der kjedene har direkte eller indirekte kontroll over produksjon, prissetting og distribusjon – en kontroll som systematisk har vokst de siste årene.

De tre dominerende kjedene har etablert omfattende kontroll over verdikjeden: NorgesGruppen kontrollerer Bakehuset og har sammen med REMA 1000 kontroll over BAMA. Coop eier Goman-bakeriene og kontrollerer Nordgrønt, mens Reitan kontrollerer kjøttleverandøren Nordfjord og eier betydelige deler av norsk kyllingproduksjon.

Den tradisjonelle EMV-andelen har økt fra ca. 12 prosent i 2011 til 18–20 prosent i 2022, men disse tallene undervurderer kjedenes faktiske sortimentskontroll.

Når kjedene opptrer som både kunde og konkurrent til uavhengige leverandører, oppstår alvorlige interessekonflikter, inkludert risiko for krysssubsidiering og kunstig høye prispåslag på konkurrerende varer.

Mindre leverandører møter stadig høyere barrierer i kampen om hylleplassen, mens etablerte merkevarer presses til å produsere EMV for kjedene – en praksis som undergraver deres egne langsiktige interesser. Dette reduserer både leverandørmangfoldet og innovasjonsevnen i markedet. EMV-produksjon fremmer dessuten økt råvareimport og presser norske bønder ytterligere på pris, noe som samlet svekker landets selvforsyningssevne.

For å adressere disse utfordringene må Konkurransetilsynet gis hjemmel til å begrense andelen kjedekontrollerte merkevarer i kritiske produktkategorier for norsk matberedskap. Det må innføres krav om tydelig separasjon mellom kjedekontrollerte og uavhengige merkevarer i butikkhyllene, samt etableres effektive informasjonsskiller mellom kjedenes innkjøpsfunksjoner og EMV-virksomhet.

Vernet mot etterligninger må styrkes og det må innføres forbud mot krysssubsidiering mellom kjedekontrollerte og uavhengige merkevarer. Forskjellsbehandling i hylleplassering, priskalkyler og markedsføring må forbys, og kjedene må pålegges å begrunne betydelige forskjeller i prispåslag mellom egne og uavhengige merkevarer.

Forslagsstillerne fremmer derfor en rekke forslag for å regulere kjedekontrollerte merkevarer, jf. forslag 11–19.

Tiltak for åpenhet, forbrukermakt og en mer rettferdig dagligvarehandel

Økt transparens i matmarkedet er ikke bare et mål i seg selv, men også et strategisk verktøy for å endre maktbalansen i verdikjeden mellom dagligvarekjeder, produsenter og leverandører.

Ett av de mest problematiske aspektene ved dagens mangel på åpenhet er praksisen med krympflasjon, der produkter reduseres i størrelse uten tilsvarende prisreduksjon. Etter inspirasjon fra Frankrike bør Norge innføre tydelig merking og reguleringer mot slike skjulte prisøkninger, slik at forbrukerne kan ta informerte valg.

Et digitalt salgsdataregister vil kunne transformere informasjonsflyten i verdikjeden. Dette vil gi leverandører mulighet til å følge sine produkters salgstall på tvers av kjedene, mens forskere kan få tilgang til anonymiserte data for analyseformål, og forbrukere får økt innsikt i prisvariasjoner mellom kjeder. Parallelt med dette trenger man økt åpenhet om hvordan verdiskapingen fordeles gjennom hele kjeden – fra jord til bord – slik at man kan se hvordan marginer fordeles mellom bønder, industri og dagligvarekjedene.

Forbrukernes rett til informasjon må styrkes gjennom tydeligere merking. Kjedekontrollerte merkevarer må identifiseres som nettopp det, og opprinnelsesmerking må forbedres slik at forbrukerne vet hvor råvarene faktisk kommer fra. Et offentlig merkesystem for ultraprosessert mat vil bidra ytterligere til dette, og bør kobles med nasjonale kostholdsråd om slike produkter.

For å gi forbrukerne reelle alternativer, må man støtte utviklingen av andre omsetningskanaler, som matmarkeder, bondens marked og direktesalgsplasser. Regelverket for småskalaprodusenter må forenkles for å gi dem bedre muligheter til å nå ut med sine produkter.

Når det private markedet har sviktet så fundamentalt som man ser i dag, må man også våge å tenke nytt om selve markedsstrukturen. Et offentlig utvalg bør utrede mulighetene for et offentlig grossist-, distribusjons- og detaljistledd som kan fungere som et korrektiv i markedet, utviklet i tett samarbeid med landbruks-samvirkene og landbrukets organisasjoner.

Forslagsstillerne fremmer derfor en rekke forslag for økt åpenhet, forbrukermakt og en mer rettferdig dagligvarehandel, jf. forslag 20–28.

Tiltak for rettferdige leverandørrelasjoner og avtalevilkår

Ubalansen i maktforholdet mellom dagligvarekjedene og leverandørene har ført til en rekke urimelige praksiser og avtalevilkår. Dette inkluderer uforholdsmessige rabattkrav, ensidig endrede betingelser og økonomiske overføringer i form av såkalte joint marketing-avtaler som ikke alltid gir reell motytelse.

Hylleplassbetaling og «joint marketing» (JM) utgjør betydelige og lite transparente pengestrømmer som gir store leverandører uforholdsmessige fordeler og fortrenger mindre aktører som ikke har økonomisk evne til å betale for attraktiv hylleplassering. Det er nødvendig med et totalforbud mot hylleplassbetaling for basismatvarer og streng regulering av joint marketing-avtaler.

Konkurranselovgivningen må styrkes med et forbud mot urimelige kontraktsvilkår i leverandørforhold, inkludert forbud mot hylleplassavgifter som ikke er direkte knyttet til dokumenterbare kostnader. Dagligvarekjeder med sterk markedsstilling må pålegges å rapportere standardbetingelser for innkjøp til tilsynsmyndighetene, herunder rabattstrukturer, betalingsbetingelser og leveringsvilkår.

Det er også nødvendig med en regulering av joint marketing-avtaler med krav om registrering i offentlig register, rapportering av omfang og bruk av markedsføringsmidler, maksimalgrenser for bidrag som andel av omsetningsverdi og krav om at hovedandelen må gå til dokumenterbare markedsføringstiltak. Rabatter opp-

nådd gjennom slike avtaler skal følge varen helt ut til forbruker.

For å sikre at leverandører tør å rapportere om brudd på regelverket uten frykt for represalier, må det etableres en ordning for anonyme varsler med reell varslerbeskyttelse for leverandører og kjøpmenn.

Forslagsstillerne fremmer derfor en rekke forslag for rettferdige leverandørrelasjoner og avtalevilkår, jf. forslag 29–33.

Franchiseregulering og tiltak for å bedre kjøpmenns stilling

Franchisemodellen er utbredt i norsk dagligvarehandel. Hos Reitan Retail er den selve businessmodellen, mens Coop nylig har kunngjort at de går bort fra franchise. Fraværet av regulering på området favoriserer kjedene framfor kjøpmenn og deres ansatte.

Franchisekontraktene definerer sortiment, prissetting, innkjøpskanaler, markedsføring og profilering. Til tross for fordeler som sentralisert markedsføring, har franchisetakerne svært begrenset forhandlingsmakt. Kontraktene er standardiserte, kortvarige (typisk 5 år) og kjeden kan nekte fornyelse uten begrunnelse. De inneholder ofte problematiske klausuler som tvungen bruk av kjedens IT-systemer, strenge konkurranseklausuler og ensidige endringsrettigheter.

Norge mangler en særskilt franchiselov, noe som forsterker maktubalansen. Dette skaper problemer både for franchisetakere og arbeidere, gjennom fragmentert arbeidsgiveransvar, lav organisasjonsgrad og dårligere arbeidsvilkår.

Det må fremmes lovforslag som sikrer kjøpmennenes rettigheter og etablerer rammer for balanserte franchiseavtaler. Tilsynsmyndigheter må gis hjemmel til å fastsette standarder og føre tilsyn med etterlevelsen. Regelverket må sikre at rabatter og bonuser kommer butikkledet og forbrukere til gode, muligheten for å ta inn lokale produkter, rimelige konkurranseklausuler og effektive tvisteløsningsmekanismer.

Videre bør det utredes delt arbeidsgiveransvar, sikring av arbeidstakers organisasjonsrett og mulig representasjon i franchisegivers besluttsende organer.

Forslagsstillerne fremmer derfor flere forslag for franchiseregulering og bedring av kjøpmenns stilling, jf. forslag 34–36.

Styrking av tilsynsmyndigheter

For å få et velfungerende dagligvaremarked er det behov for tilsynsorganer med skikkelige muskler. Dagens situasjon krever at Konkurransetilsynet kan slå ned på problematiske praksiser umiddelbart. Tilsynets verktøykasse må styrkes slik at de har mulighet til å ilegge sanksjoner, samtidig som man bygger opp et fagmiljø

som kan holde øye med prisutvikling og markedsforhold hele tiden. Bedre innsikt gir mer treffsikre inngrep.

Videre må Dagligvaretilsynet få lov til å undersøke alle deler av matsystemet, fra jord til bord. Bare slik kan man oppnå en sammenhengende tilnærming til problemene i markedet.

Forslagsstillerne fremmer derfor flere forslag for å styrke tilsynsmyndighetene, jf. forslag 37–40.

Forslag

På denne bakgrunn fremmes følgende

f o r s l a g :

1. 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.
2. Stortinget ber regjeringen utarbeide forskrift til konkurranselovgivningen om kostnadsbasert prissetting for grossist- og distribusjonstjenester, med standardiserte avtalevilkår for tilgang og transparente prismodeller, som sikrer likebehandling mellom kjedeledets egne butikker og eksterne aktører.
3. Stortinget ber regjeringen fastsette tekniske krav i forskrift til konkurranselovgivningen for å sikre interoperabilitet mellom ulike aktørers systemer i grossist- og distribusjonsvirksomhet.
4. Stortinget ber regjeringen gi Konkurransetilsynet og Dagligvaretilsynet utvidet mandat og tilstrekkelige ressurser til å overvåke, kontrollere og håndheve etterlevelsen av tilgangsforskrifter i grossistledet.
5. Stortinget ber regjeringen fremme forslag til utvidelse av konkurranselovgivningen for å etablere et rammeverk for utpeking av kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet. En kjede skal anses å ha sterk markedsstilling når kjeden alene eller sammen med andre har økonomisk styrke i et relevant marked som gjør at kjeden i stor grad kan opptre uavhengig av konkurrenter, leverandører, kunder og forbrukere.
6. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre krav i konkurranselovgivningen om regnskapsmessig og funksjonelt skille mellom grossist-/distribusjonsvirksomhet og øvrig virksomhet for kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet.
7. Stortinget ber regjeringen utrede konkrete modeller for oppsplitting av kjeder med sterk markedsstilling i dagligvaremarkedet, herunder vertikal oppsplitting, horisontal oppsplitting etter butikkon-

- septer, eller kombinasjoner av disse, og komme tilbake til Stortinget med en vurdering av hvilken modell som vil være mest hensiktsmessig for å motvirke uønsket maktkonsentrasjon i dagligvarehandelen.
8. Stortinget ber regjeringen vurdere eiermessig skille mellom grossist- og detaljistvirksomhet i dagligvaresektoren.
 9. Stortinget ber regjeringen utrede og fremme forslag til endring av konkurranselovgivningen som gir Konkurransetilsynet hjemmel til å pålegge en tilbyder med sterk markedsstilling i nasjonal dagligvarehandel å redusere sin markedsandel gjennom avhending av deler av virksomheten når det er nødvendig for å fremme bærekraftig konkurranse. Eksisterende aktører som blir utpekt med sterk markedsstilling, gis en rimelig tidsfrist til å tilpasse seg kravet.
 10. Stortinget ber regjeringen fremme forslag til regulering av dagligvarekjedenes eierskap i matforedlingsindustrien, særlig innen kritiske kategorier for norsk matberedskap, når slikt eierskap svekker konkurransen eller fører til uforholdsmessig maktkonsentrasjon i verdikjeden.
 11. Stortinget ber regjeringen fremme forslag til utvidelse av konkurranselovgivningen med bestemmelser som gir Konkurransetilsynet hjemmel til å fastsette særskilte begrensninger for andelen kjedekontrollerte merkevarer (herunder EMV) i kritiske produktkategorier for norsk matberedskap og selvforsyning, som kjøtt, meieri, egg, kornprodukter og grønnsaker, da en høy andel kjedekontrollerte merkevarer i disse kategoriene svekker matberedskapen og reduserer primærprodusentenes forhandlingsposisjon.
 12. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre bestemmelser i konkurranselovgivningen som gir Konkurransetilsynet hjemmel til å regulere andelen kjedekontrollerte merkevarer i øvrige produktkategorier når dette er nødvendig for å sikre leverandørmangfold og effektiv konkurranse i dagligvaremarkedet.
 13. Stortinget ber regjeringen innføre krav om fysisk separasjon eller tydelig visuell differensiering mellom kjedekontrollerte merkevarer og uavhengige merkevarer i butikkhyllene, for å sikre at forbrukerne kan ta informerte valg.
 14. Stortinget ber regjeringen innføre krav om informasjonsskiller mellom kjedenes innkjøpsfunksjoner og deres EMV-virksomhet, med plikt til å dokumentere atskilte beslutningsprosesser, for å forhindre at informasjon fra uavhengige leverandører misbrukes i utvikling av konkurrerende kjedekontrollerte produkter.
 15. Stortinget ber regjeringen gjennomføre en utredning av prisutviklingen på kjedekontrollerte merkevarer sammenlignet med prisutviklingen på sammenlignbare uavhengige merkevarer.
 16. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre bestemmelser i konkurranselovgivningen som forbyr krysssubsidiering mellom kjedekontrollerte og uavhengige merkevarer og varegrupper.
 17. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å styrke vernet mot etterligninger i konkurranselovgivningen, og gi Dagligvaretilsynet mandat og ressurser til oppretting av saker på eget initiativ.
 18. Stortinget ber regjeringen utarbeide forskrift til konkurranselovgivningen som forbyr at dagligvareaktører forskjellsbehandler egne merkevarer og uavhengige merkevarer med hensyn til hylleplassering, priskalkyler og markedsføring.
 19. Stortinget ber regjeringen i fremme forslag om å innføre krav i konkurranselovgivningen til dagligvarekjedene om å begrunne store forskjeller i prispåslag mellom egne merkevarer og sammenlignbare uavhengige merkevarer.
 20. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om forbud mot skjulte prisøkninger gjennom krympflasjon og merking av varer ved reduksjon av produktmengde uten tilsvarende prisreduksjon, etter modell fra Frankrike.
 21. Stortinget ber regjeringen innføre krav om at rabatter oppnådd gjennom varestrømmen, eksempelvis varelinjerabatter, volumrabatter og felles markedsføring (joint marketing) skal komme forbrukeren til gode.
 22. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om en offentlig merkeordning for ultraprocesserte matvarer og ta initiativ til nasjonale kostholdsråd om ultraprocessert mat.
 23. Stortinget ber regjeringen fremme forslag for å sikre at produkter som er kjedekontrollerte merkevarer merkes, slik at de tydelig identifiseres som kjedenes egne merkevarer.
 24. Stortinget ber regjeringen etablere og styrke offentlige støtteprogram for utvikling av alternative omsetningskanaler for mat, herunder matmarkeder, bondens marked og direktesalgsplasser, samt forenkle regelverket for småskalaprodusenter.
 25. Stortinget ber regjeringen sette ned et utvalg for å utrede innretning og virkning av et offentlig grossist-, distribusjon-, og detaljistledd for distribusjon og salg av matvarer og landbruksprodukter, i samarbeid med landbrukssamvirkene og landbrukets organisasjoner.
 26. Stortinget ber regjeringen innføre forskrift til krav om åpenhet om marginfordeling i verdikjeden for utvalgte basismatvarer for å synliggjøre hvordan

- verdiskapingen fordeles mellom primærprodusent, industri og dagligvareledd.
27. Stortinget ber regjeringen styrke merkeforskriften under matloven med krav om tydelig opprinnelsesmerking, også for kjedenes egne merkevarer, for å sikre at forbrukerne kan ta velinformerte valg.
 28. Stortinget ber regjeringen fremme forslag som etablerer hjemmel for et digitalt salgsdataregister som gir leverandører tilgang til salgsinformasjon om egne produkter på tvers av alle kjeder, samtidig som det sikrer at forskere får tilgang til anonymiserte prisdatasett for analyseformål og at forbrukere får bedre innsikt i prisutviklingen på tvers av kjeder.
 29. Stortinget ber regjeringen fremme forslag til endringer i konkurranselovgivningen om et forbud mot urimelige kontraktsvilkår i leverandørforhold, herunder et totalforbud mot hylleplassbetaling for basismatvarer og forbud mot hylleplassavgifter for øvrige varer som ikke er direkte knyttet til dokumenterbare kostnader.
 30. Stortinget ber regjeringen innføre krav om at dagligvarekjeder med sterk markedsstilling må rapportere om standardbetingelser for innkjøp til tilsynsmyndighetene, herunder rabattstrukturer, betalingsbetingelser og leveringsvilkår, for å motvirke urimelig prisdiskriminering mellom aktører.
 31. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å innføre regulering av joint marketing-avtaler i konkurranselovgivningen for å sikre at leverandører får reell motytelse for sine bidrag, forslag om forbud mot ensidige endringer i leverandøravtaler samt forslag om forbud mot hemmelige eksklusivitetsavtaler som hindrer effektiv konkurranse.
 32. Stortinget ber regjeringen etablere transparens og begrensninger for joint marketing-avtaler, herunder krav om registrering i offentlig register, rapportering av omfang og bruk av markedsføringsmidler, maksimalgrenser for bidrag som andel av omsetningsverdi, og krav om at hovedandelen må gå til dokumenterbare markedsføringstiltak.
 33. Stortinget ber regjeringen etablere en ordning for anonyme varsler med reell varslerbeskyttelse for leverandører og kjøpmenn som frykter represalier ved å melde fra om brudd på regelverket i dagligvarebransjen.
 34. Stortinget ber regjeringen fremme forslag som skal sikre rettighetene til franchisetakere, kjøpmenn og andre selvstendig ansvarlige butikkinnehavere i kontraktsforhold med kjedene, og etablere rammer for balanserte driftsavtaler og standardiserte kontraktsvilkår i dagligvarebransjen. Konkurransetilsynet skal gis hjemmel til å fastsette slike standarder og føre tilsyn med etterlevelsen.
 35. Stortinget ber regjeringen fremme forslag som sikrer kontraktsforhold mellom kjedene og franchisetakere, kjøpmenn og andre selvstendig ansvarlige butikkinnehavere med transparente og balanserte vilkår. Dette skal omfatte at rabatter og bonuser tilfaller butikkleddet, mulighet for å ta inn lokale produkter, rimelige konkurranseklausuler, opplysningsplikt ved avtaleinngåelse, rettfærdige vilkår for fornyelse og opphør, samt etablering av tvisteløsningsmekanismer.
 36. Stortinget ber regjeringen utrede delt arbeidsgiveransvar mellom kjeder og kontraktstilknyttede butikkinnehavere, samt sikre arbeidstakeres organisasjons- og forhandlingsrett i slike virksomheter. Det skal også vurderes rett til arbeidstakerrepresentasjon i kjedenes besluttede organer der driften i vesentlig grad skjer gjennom franchisetakere, kjøpmenn eller tilsvarende modeller.
 37. Stortinget ber regjeringen gi Konkurransetilsynet myndighet til å utstede midlertidige pålegg om opphør av potensielt skadelig praksis mens en sak er under utredning, for å hindre irreversible konkurransekader i verdikjeden.
 38. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om å gi Konkurransetilsynet utvidede sanksjonshjemler i konkurranselovgivningen og etablere et eget analysemiljø for kontinuerlig overvåking av prisutvikling og konkurranseforhold.
 39. Stortinget ber regjeringen fremme forslag om forbud mot samarbeidsavtaler mellom dagligvarekjeder som begrenser konkurransen, herunder avtaler om ikke å etablere seg i samme geografiske områder, og krav om at alle eksisterende og fremtidige samarbeidsavtaler mellom kjeder må meldes til og godkjennes av Konkurransetilsynet.
 40. Stortinget ber regjeringen sikre at Dagligvaretilsynet gis hjemmel til å behandle saker i alle ledd av dagligvaresystemet.

9. april 2025

Geir Jørgensen

Marie Sneve Martinussen

Tobias Drevland Lund

Mímir Kristjánsson

