



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-standard 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/>