

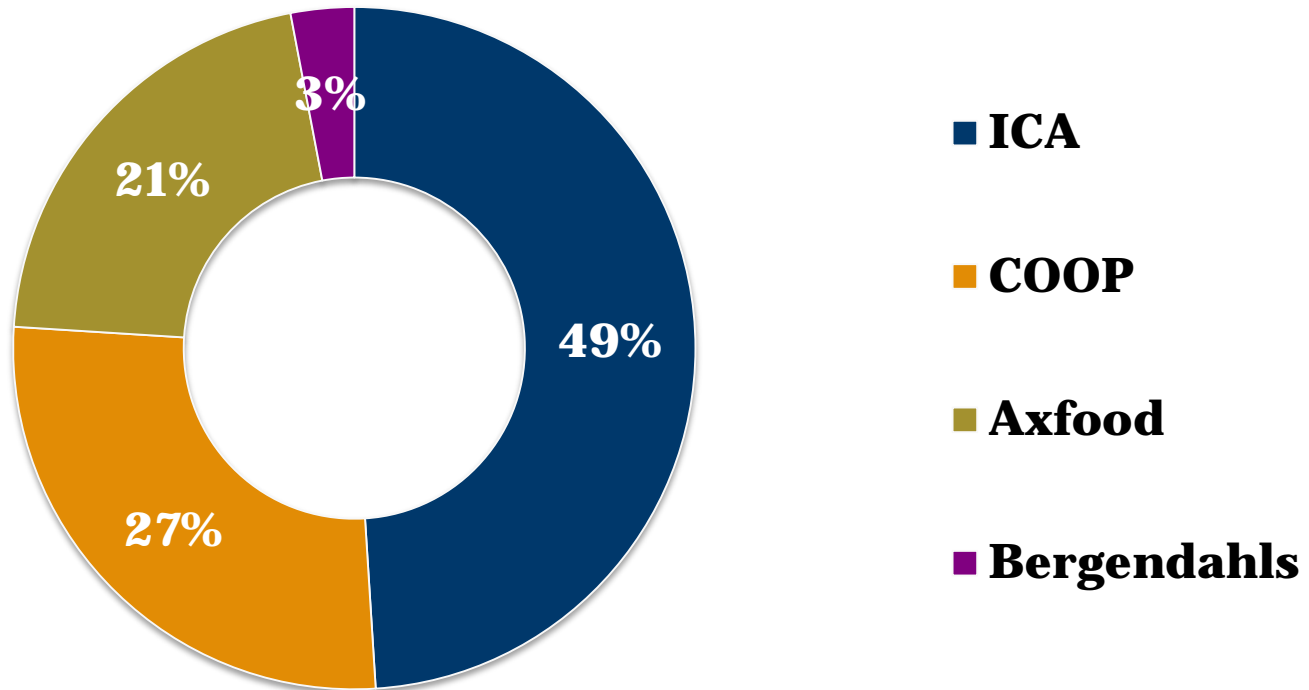
The Grocery Retail Market: Is Antitrust Efficiently Handling this market?

Lars Henriksson

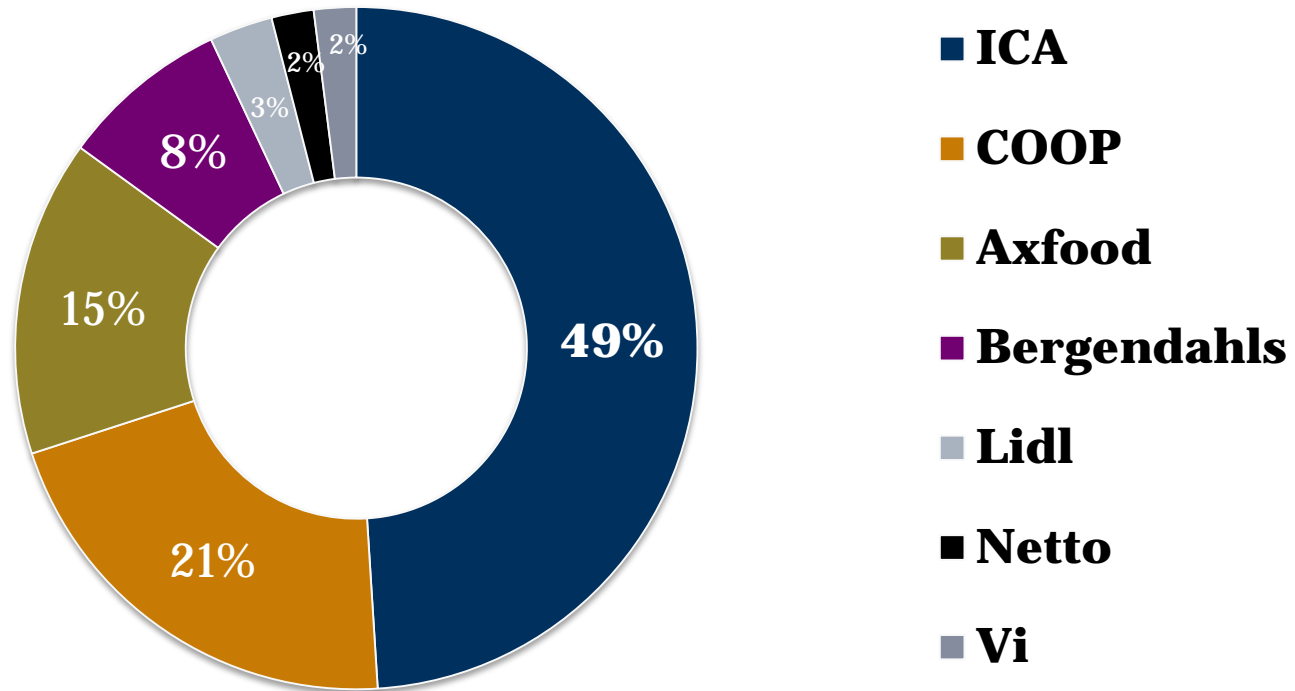
Professor i rättsvetenskap, särskilt konkurrensrätt, jur. dr, civ.ek. DHS



Marknadsandelar 1998



Marknadsandelar 2011



Swedish National Report to the LIDC Congress 2013

■ **Tillämpbarhet av konkurrensrätten på livsmedelssektorn**

- *För närvarande inga sektorsspecifika regleringar – generell konkurrensrätt tillämpas på sektor*
- *Tidigare ett särskilt nationellt gruppundantag för frivilliga kedjor i detaljhandeln*
 - Avskaffat 2001
- *Generella marknadsregleringar för detaljhandeln*
 - Prisregleringslagen (1989:978)
 - Jfr dock SOU 2009:3, 2009:69

Livsmedelssektorn i Sverige

■ Genomförda utredningar

- *Konkurrensverket har genomfört ett flertal studier på senare år*
 - Tidigare brist på konkurrens som medförde högre priser är jämförbara länder
 - Även med hänsyn till makroekonomiska faktorer var priserna + 50 %
 - Allvarliga betänkligheter knutna till lokala myndigheter, t.ex. kommuners agerande i samband med detaljplaner, bygglov m.m.

Områden av särskild betydelse

- Tillgång till hyllutrymme
- Ökad betydelse av *private labels*
- Inträdesbarriärer och bristande (?)
entreprenörskap i Sverige
- Framväxt av nya butiksformer – ökad betydelse
av ”hypermärkets” utanför stadskärnorna
 - Nya lågprisbutiker och nya lågprissortiment
 - Minskad lokal patriotism trots heterogen
efterfrågan
 - Ökat intresse för ”exotisk” mat

Vad bör göras åt problemet?

■ Checklista för kommuner

- Ett uttalat mål att underlätta för nyetablering i livsmedelssektorn och vara tillåtande i den rollen
- Möjliggöra etablering när livsmedelskedjor har gjort bedömningen att etablering är kommersiellt gångbar
- Etablera en process liknande offentlig upphandling i syfte att möjliggöra en rättvis process för att tilldela lokala tillstånd
- Ökad transparens i detaljplaneprocessen
- Likformig detaljplaneprocess och bygglovstilldelning mellan kommuner i syfte att göra regler mera förutsebara

Antingen problematiskt eller effektivt

■ Paradoxen med hög koncentration

- *Koncentrationsnivåerna påverkar påslag och detaljpriser*
 - EU-genomsnitt: 13 procentenheter
 - Sverige: 27 procentenheter
- *Storleken på lokal marknad mycket viktig*
- *Höga koncentrationsnivåer har medfört lägre(!) priser*
 - Det motsatta brukar kunna förväntas
 - Motverkande köparmakt
 - Ingen påtaglig "waterbed-effect"
 - Effektivisering synes föras vidare till konsumenter

Koncentrationsärenden

■ **Arla/Milko**

- Godkänd med åtaganden ang. Grädö mejeri

■ **Carlsberg/Pripps Rignes**

- Möjlighet att utöva prispress på återförsäljare p g a > 50 % marknadsandel

■ **Cloetta/Leaf**

- Godkänd: Återförsäljare hade motverkande köparmakt

■ **Fazer/Lantmännen Färskbröd**

■ **Swedish Meats/SLP Pärsson**

■ **Cerealia/Juvel**