

Høring – definisjon av egne merkevarer

Negotia er en partipolitisk uavhengig arbeidstakerorganisasjon for ansatte i privat næringsliv og frivillig sektor, Vi representerer en rekke arbeidstakere i mat og drikkebransjen. Viser til invitasjon om å komme med innspill til foreslått definisjon av egne merkevarer.

Negotias medlemmer opplever i dag at konkurransen i dagligvarebransjen er for svak, på grunn av maktkonsentrasjonen til de store dagligvarekjedene. Den utstrakte bruken av egne merkevarer (EMV) i en rekke varekategorier, og tendensen mot vertikal integrasjon, går på bekostning av hele verdikjeden. Vår erfaring er at de store handelskjedenes påvirkningsmakt over leverandørene fører til usikkerhet og uforutsigbarhet for arbeidstakerne. Negotia mener derfor at det er avgjørende å ta grep for å motvirke den uheldige situasjonen i norsk dagligvarebransje.

Det er svært positivt at det nå kommer på plass et kunnskapsgrunnlag for å beskrive virkningen av EMV på konkurranseforholdene i verdikjeden for mat. Vi vil likevel understreke at for å få et presist bilde av hvordan EMV påvirker konkurranse situasjonen i bransjen er det avgjørende med en definisjon som fanger opp den faktiske utbredelsen av varemerker eid av handelen.

Fordelen med den foreslåtte tredelte definisjonen er at den fanger opp alle varemerker med bindinger til handelsaktører. Det kan gi et bredere kunnskapsgrunnlag. Samtidig vil vi understreke at mellomkategorien for handelens tilknyttede varemerker (TMV) må ses i sammenheng med EMV. Det reelle skillet i dagligvaremarkedet i dag er mellom uavhengige varemerker (UMV) og varemerker med bindinger til handelsaktørene. Det utbredelsen av disse varene, på bekostning av de uavhengige leverandørenes varer, som truer konkurransen i norsk dagligvare.

For å kartlegge det reelle omfanget av EMV må derfor EMV og TMV ses i sammenheng, og stå i motsetning til de uavhengige leverandørenes varemerker.

Videre mener Negotia at det ikke bør legges begrensninger på hvor mye av varen som selges fra ulike utsalgssteder for at varemerket skal defineres som EMV. Handelsaktørenes eierskap må ses uavhengig av salgskanaler for at kartleggingen skal få fram de reelle konkurranseforholdene i verdikjeden for mat.

Negotia støtter alle tiltak som styrker konkurransen i dagligvaremarkedet, og bidrar til å sikre trygghet for de mange arbeidstakerne i bransjen og et bedre tilbud til forbrukerne. En god definisjon av egne merkevarer og kartlegging av omfanget er et viktig grep i dette arbeidet. Vi ser frem til å bidra inn i det videre arbeidet med Stortingets vedtak og regjeringens 10 punkts-plan for å oppnå dette.



Med vennlig hilsen

A handwritten signature in cursive script, appearing to read 'Monica Paulsen'.

Monica Paulsen
Forbundsleder