

Fréttatilkynning 14. desember 2005

## Staðan á matvörumarkaði

-könnun norrænna samkeppniseftirlita-  
-áherslur Samkeppniseftirlitsins-

- *Verð á matvörum í verslunum á Íslandi er 42% hærra en í löndum ESB. Innflutningshömlur á búvörum virðast vera helsta ástæðan.*
- *Vöruval í stórmörkuðum á Íslandi og í Noregi er minna en í löndum ESB.*
- *Samþjöppun á matvörumörkuðum á Norðurlöndum er meiri en í öðrum löndum Evrópu. Ísland sker sig ekki úr.*
- *Samkeppniseftirlitið hyggst leggja ríka áherslu á eftirlit með samkeppnisháttum á matvörumarkaði og kallar eftir sjónarmiðum um forgangsröðun. Óásættanlegt að íslenskir neytendur þurfi að greiða mun hærra verð fyrir matvörur en aðrir Evrópubúar. Sjónum verður beint að samkeppnishindrunum vegna fákeppni á matvörumarkaðnum og áhrifum af innflutningshömlum á búvörum.*

### 1. Inngangur

Samkeppniseftirlitið kynnir í dag skýrslu norrænu samkeppniseftirlitanna um matvörumarkaðinn (kafla 2 hér á eftir). Jafnframt kynnir Samkeppniseftirlitið eigin áherslur í eftirliti með matvörumarkaði næstu misseri og leitar sjónarmiða um forgangsröðun (kafla 3). Hyggst Samkeppniseftirlitið á næstu vikum funda með aðilum í stjórnslu og hagsmunaaðilum í því skyni. Á fundunum verða niðurstöður norrænu skýrslunnar nánar kynntar og leitað viðhorfa um brýnustu aðgerðir á íslenskum matvörumarkaði. Jafnframt er stjórnvöldum, hagsmunaaðilum og öðrum áhugasömum gefinn kostur á að koma sjónarmiðum sínum um framangreint á framfæri.

Norræn samkeppnisyfirvöld ákváðu haustið 2004 að skoða nánar aðstæður á norrænum matvörumörkuðum. Skipaður var vinnuhópur í þessu skyni með þátttakendum frá öllum norrænu samkeppnisyfirvöldunum. Verkefni vinnuhópsins fólst m.a. í því að skilgreina og rannsaka samkeppnishömlur á norrænum matvörumörkuðum og koma með tillögur um það hvernig megi efla virka samkeppni á umræddum mörkuðum. Rannsóknin var m.a. gerð í ljósi þess að kannanir hafa sýnt að verðlag á matvörum er hærra á Norðurlöndunum en í öðrum Evrópulöndum. Þá virðist vöruúrval í norrænum stórmörkuðum vera minna en í öðrum löndum Evrópu.

Rannsóknin sem hér um ræðir tekur hvorki til landbúnaðarstefnu né fiskveiðistefnu norrænu þjóðanna þó að hvorttveggja hafi vissulega áhrif á verð matvöru og samkeppni á matvörumörkuðum. Byggðastefna eða áhrif hennar er heldur ekki hluti af viðfangsefni vinnuhópsins. Umsjón með verkefninu hafði danska samkeppniseftirlitið og styrkti Norræna ráðherranefndin verkefnið fjárhagslega.

## 2. Norræna skýrslan - helstu niðurstöður

### 2.1 Verðlag á mat- og drykkjarvörum á Norðurlöndunum

Á árinu 2004 greiddu neytendur á Norðurlöndunum á milli 12% og 46% hærra meðalverð fyrir mat- og drykkjarvörur<sup>1</sup> í stórmörkuðum en neytendur í 15 löndum Evrópusambandsins.<sup>2</sup> Þegar áfengur bjór er undanskilinn var meðalverð 12% til 42% hærra á Norðurlöndunum en í löndum Evrópusambandsins.

Ein ástæðan fyrir þessum mismuni er mishár virðisaukaskattur og mismunandi vörugjöld eftir löndum. Þegar tekið hefur verið tillit til þess og fleiri auðskýranlegra atriða og áfengir drykkir undanskildir þá var meðalverð sem neytendur í Danmörku, Finnlandi og Svíþjóð greiddu fyrir mat- og drykkjarvörur 7-11% hærra en sem svarar meðalverði í áður nefndum 15 löndum Evrópusambandsins. Meðaltals verðlag á mat- og drykkjarvörum í Noregi og á Íslandi var aftur á móti 34-36% hærra en meðaltalið í áður nefndum Evrópulöndum.

Ísland og Noregur eru sem kunnugt er ekki í Evrópusambandinu. Löndin eiga það einnig sameiginlegt að hafa landbúnaðarstefnu sem felur í sér vernd fyrir innlenda framleiðslu í formi tolla og takmarkaðra tollfrjálsra kvóta á mörgum innfluttum landbúnaðarafurðum sem keppa við innlenda búvöruframleiðslu. Þó að ekki sé beitt sömu aðferðum við innflutningsvernd hjá Íslendingum og Norðmönnum þá hafa þær í reynd sömu áhrif, þ.e. að halda innflutningi búvara í lágmarki til að tryggja sölu á innlendum búvörum, einkum mjólk og kjöti. Innflutningshömlur á landbúnaðarafurðum virðist vera meginástæða þess að verðlag á matvörum í þessum tveimur löndum er mun hærra en á hinum Norðurlöndunum og í öðrum löndum Evrópu.

Verð á matvörum og óáfengum drykkjarvörum hefur hækkað minna á Norðurlöndunum en í Evrópulöndunum 15 á árunum 1999-2004. Verðhækkanir á Íslandi hafa þó verið umfram meðaltalshækkanir á Norðurlöndum á þessu tímabili en verðhækkanir í Noregi undir meðaltalinu.

### 2.2 Úrval matvara

Það er mikilvægt fyrir neytendur að hafa úr mörgum flokkum matvara að velja. Mikill fjöldi vörutegunda í hverjum matvöruflokki í matvöruverslunum auðveldar nýjum og smærri birgjum, framleiðendum og heildsölum, aðgang með vörur sínar að hillum stórmarkaðanna. Mikið vöruúrval í verslunum eykur fjölbreytni og getur gert markaðina kraftmeiri og samkeppnina virkari. Þannig fá neytendur aukin tækifæri á að kynnast nýjum vörum á lægra verði.

Í tengslum við norrænu matvöruskýrsluna var gerð könnun á vöruvali í stórmörkuðum í hverju hinna fimm Norðurlanda; Danmörku, Finnlandi, Íslandi, Noregi og Svíþjóð. Sams konar könnun var gerð í Frakklandi. Vöruval í stórmörkuðum þar er talið geta endurspeglað fjölda vörutegunda í stórmörkuðum í Evrópulöndunum utan Norðurlandanna. Könnunin náði til vörutegunda í vöruflokkunum mjólkurvörur, drykkjarvörur, kjöt og kjötvörur. Könnuninni verður að taka með nokkrum fyrirvara, m.a. vegna mismunandi neyslumynsturs eftir löndum. Könnunin gefur þó nokkra vísbendingu um vöruval í stórmörkuðum í umræddum löndum

<sup>1</sup> Drykkjarvörur eru í þessu sambandi gosdrykkir og bjór.

<sup>2</sup> Byggt er á upplýsingum frá Eurostat (evrópsku hagstofunni). Miðað er við þau 15 lönd sem voru í Evrópusambandinu áður en það stækkaði til austurs á árinu 2004.

Með þeim fyrirvörum sem áður eru nefndir sýnir könnunin að neytendur á Norðurlöndum hafa úr mun færri vöruhegundum að velja í stórmörkuðum en neytendur í Frakklandi. Á það einkum við um neytendur í Danmörku, Íslandi, Noregi og Svíþjóð. Munurinn á vöruvali í Finnlandi og Frakklandi er minni en munurinn á Frakklandi og hinum Norðurlöndunum. Í þeim tveimur Norðurlöndunum sem voru með hæst verðlag í samanburði við önnur Evrópulönd, þ.e. Íslandi og Noregi, var fjöldi vöruhegunda minnstur í þeim vöruhegundum sem kannaðir voru (leiðrétt hefur verið fyrir sterkum þjóð). Í Frakklandi voru 713 vöruhegundir í „meðalstórmarkaði“ í þeim vöruhegundum sem áður eru nefndir. Í „meðalstórmarkaði“ á Íslandi voru 390 vöruhegundir í umræddum vöruhegundum og í Noregi 290 vöruhegundir.

### 2.3 Smásöluverslun

Á síðustu 10-20 árum hefur umfang sk. dagvöruverslana<sup>3</sup> aukist mikið í smásölu matvara. Nú fer 80-90% af smásölu matvara á Norðurlöndum og í löndum ESB fram í slíkum verslunum. Samþjöppun og lóðrétt samþætting (samruni verslana og samruni verslana og birgja) hefur einkennt smásöluverslunina á þessum tíma og verslunarrými hefur stækkað. Flestir stórmarkaðir tilheyra verslanakeðjum þar sem allar verslanir í hverri keðju hafa svipaða ásýnd, vöruval og verðlag.

#### *Verslanagerðir*

Lágvöruverðsverslanir hafa aukið mjög við hlutdeild sína á síðustu árum. Eins og gefur að skilja er það lágt verð í samanburði við aðrar verslanir sem einkennir lágvöruverðsverslanir og er orsök aukinna umsvifa þeirra. Annað einkenni þessarar gerðar verslana er takmarkað vöruval. Eins og í vöruverði og vöruvali skera Norðurlöndin tvö utan ESB sig nokkuð úr hvað varðar vægi lágvöruverðsverslana. Þannig höfðu þær 51% hlutdeild í heildarveltu dagvöruverslana í Noregi árið 2003 og 38% hlutdeild á Íslandi. Til samanburðar má nefna að hlutdeild lágvöruverðsverslana í Danmörku var 26%, 13% í Finnlandi og 11% í Svíþjóð. Af þessu má draga þá ályktun að neytendur á Íslandi og í Noregi reyni að sporna við háu matvöruverði með því að eiga viðskipti við þær verslanir sem bjóða hvað lægst vöruverð. Víða erlendis, m.a. á Norðurlöndum, hafa s.k. ofur lágvöruverðsverslanir (hard discount) verið að ryðja sér til rúms. Þetta eru verslanir sem eru reknar með mjög lágum kostnaði, hafa takmarkað vöruval og litla þjónustu og geta því boðið lægra verð en ella. Engar slíkar verslanir eru starfræktar á Íslandi eða í Noregi. Þá hafa ofurmarkaðir (hybermarkets), sem eru allstórir stórmarkaðir (yfir 2500 m<sup>2</sup> að flatarmáli), náð góðri fótfestu annars staðar en á Íslandi þar sem þeir eru í hæsta lagi með 2% hlutdeild og í Noregi þar sem hlutdeildin er 6%. Á hinum Norðurlöndunum er hlutdeild slíkra verslana 18-30%. Aukinn fjöldi lágvöruverðsverslana og ofurmarkaða ber vott um stöðuga endurskipulagningu og samþjöppun matvöruverslana í keðjur í flestum löndum. Spyrja má þeirrar spurningar hvort meiri einsleitni í gerðum verslana á Íslandi og í Noregi sé ein orsök hærra verðs og minna vöruvals í þessum löndum en í öðrum norrænum löndum.

#### *Innkaup-samþjöppun*

Verslanakeðjurnar hafa á síðari árum skipulagt innkaup sín á vörum til endursölu þannig að fáir annast innkaupin fyrir nokkrar keðjur. Í hverju Norðurlöndunum eru það gjarna 4-6 innkaupa- og vöruhús sem gera samninga f.h. verslanakeðjanna við birgja og taka ákvarðanir um hvað keypt er inn og hvaða vöruhegundir rata í hillur einstakra keðja. Hér á landi eru það tvö innkaupa- og vöruhús, Aðföng og Búr, sem semja um innkaup vegna stórs hluta af vörum sem seldar eru í smásöluverslunum sem samanlagt hafa yfir 80% hlutdeild á íslenska markaðnum. Samþjöppun í

---

<sup>3</sup> Þær verslanir sem selja alla flokka matvöru, hreinlætisvöru og snyrtivöru. Undanskildar eru söluturnar, verslanir bensínstöðva, sérvorslanir o.þ.h.

innkaupum hefur þjónað þeim tilgangi matvöruverslana að auka afköst og lækka innkaupsverð þeirra. Aukin magninnkaup hafa styrkt keðjurnar í viðskiptum við birgja. Á smásölumarkaði matvöru hefur orðið sk. kaupendastyrkur. Það þýðir að kaupendur á markaðnum, innkaupa- og vöruhús verslanakeðjanna í þessu tilviki, hafa sterkari samningsstöðu í viðskiptum en seljendur, þ.e. birgjar innkaupa- og vöruhúsanna. Þessi þróun hefur hins vegar leitt til meiri einsleitni í vöruvali og færri valkosta fyrir neytendur. Þrátt fyrir að launakostnaður sé hærri á Norðurlöndunum en í öðrum löndum Evrópu má draga þá almennu ályktun af aukinni hagræðingu í smásöluverslun með matvörur á Norðurlöndunum að verðmunur á milli stórmarkaða þar og í öðrum löndum Evrópu eigi að geta minnkað, einkum fyrir tilstilli ofur lágvöruverðsverslana. Þá má ætla að aukin útboð á vöruinnkaupum verslanakeðja ættu að geta leitt til aukinnar samkeppni birgja sem hefði í för með sér fjölbreyttara vöruval og lægra innkaupsverð.

Magninnkaup innkaupa- og vöruhúsa verslanakeðjanna hafa leitt til og eiga að leiða til frekari lækkunar á flutningskostnaði. Flutningskostnaður vegur því æ minna í matarverði og skýrir ekki nema að litlum hluta hærra verð á matvörum, t.d. á Íslandi, en í nágrannalöndum. Í þessu ljósi vekur verðmunur á matvörum sem ekki njóta innflutningsverndar (þ.e. landbúnaðarvörum) í verslunum á Íslandi og verslunum í nágrannalöndunum athygli.

Samþjöppun í smásöluverslun á matvörumarkaði er hvergi meiri í Evrópu en á Norðurlöndunum. Ef litið er á stærstu verslanakeðjuna í hverju landi fyrir sig þá var hver þeirra með 35-45% markaðshlutdeild í sínu landi á tímabilinu 2002/2003. Hlutdeild þeirra hefur vaxið síðan. Til samanburðar þá voru stærstu verslanakeðjur í Þýskalandi annars vegar og Bretlandi hins vegar með 25-28% hlutdeild í hvoru landi fyrir sig. Samanlögð hlutdeild þriggja stærstu keðja í hverju landi Norðurlandanna var 79-90% en 58-59% í Þýskalandi og Bretlandi.

**Samþjöppun í smásöluverslun 2002/2003**

<b>Verslanakeðjur</b>	<b>Danm.</b>	<b>Finnl.</b>	<b>Ísl.</b>	<b>Nor.</b>	<b>Svíþj.</b>	<b>Þýskal.</b>	<b>Bretl.</b>
<b>stærsta%</b>	38	36	43	35	45	25	28
<b>3 stærstu%</b>	90	80	79	83	93	58	59

#### 2.4 Birgjar

Hin mikla samþjöppun á smásölustigi hefur leitt til aukins innkaupamáttar verslanakeðja eins og áður segir. Hina sterku stöðu hafa keðjurnar nýtt sér til að ná fram lækkun innkaupsverðs frá birgjum, til að knýja birgja til þátttöku í markaðskostnaði keðjanna, láta þá greiða fyrir hillupláss og sameiginlegar auglýsingar o.fl. Birgjar eru undir þrýstingi frá verslanakeðjunum um að taka þátt í kostnaði við rekstur í verslununum, s.s. kostnaði vegna vörurýrnunar og umsýslukostnaði við hillur, kæla og frysta. Þá nýta verslanakeðjurnar afl sitt til að ná fram betri vörugæðum og þjónustu. Þessar miklu kröfur verslanakeðjanna hafa gert samningsstöðu lítilla og nýrra birgja veikari en þeirra stærri.

#### *Samþjöppun-sambætting*

Hinn aukni innkaupastyrkur verslanakeðjanna hefur ýtt undir aukna samþjöppun hjá birgjum á matvörumarkaðnum á Norðurlöndum. Til að standast auknar kröfur verslanakeðjanna og meiri samkeppni erlendis frá hefur orðið bæði láréttur og lóðréttur samruni birgja. Framleiðslufyrirtæki matvæla hafa sameinast og stækkað, innflutningsfyrirtæki sómuleiðs og fyrirtæki á mismunandi stigum markaðarins, t.d. framleiðendur og innflytjendur, hafa runnið saman og þannig sambætt reksturinn. Þessi þróun hefur styrkt birgja í viðskiptum við verslanakeðjurnar auk þess sem

hagræðing af stækkandi framleiðslueiningum hefur lækkað vöruverð og gert sumum norrænum framleiðendum kleift að koma ár sinni vel fyrir borð á erlendum mörkuðum. Þessi þróun hefur þó leitt til þess að litlir og nýir birgjar eiga erfiðar uppdráttar en áður. Má draga af þessari þróun þá ályktun að aukinn samningsstyrkur verslanakeðja í viðskiptum við birgja hafi dregið úr möguleikum nýrra framleiðenda eða dreifingarfyritækja á að ná fótfestu á markaðnum sem við það hefur orðið einsleitari. Þó að ekki sé hægt að tryggja það að allir birgjar matvara fái aðgang að hillum matvöruverslana er mikilvægt að markaðsráðandi birgjar og markaðsráðandi smásölufyrirtæki haldi ekki minni og nýjum birgjum frá hilluplássi verslananna.

#### *Innflutningur*

Íslendingar hafa á síðustu áratugum verið háðir allmiklum innflutningi á matvörum. Á síðustu árum hefur innflutningur á matvörum til Norðurlandanna aukist talsvert. Á fjögurra ára tímabili, 1999-2003, jókst innflutningur á matvörum til Norðurlandanna um 20%. Viðskipti með matvörur á milli Norðurlandanna þriggja sem eru í ESB jókst mun meira eða um 43% á sama tíma. Þetta gefur til kynna aukna samkeppni innflutnings við innlenda framleiðslu þjóðanna til hagsældar fyrir neytendur.

Þrátt fyrir aukin milliríkja viðskipti með matvörur er talið að matvörumarkaðirnir á Norðurlöndunum séu landsmarkaðir með tilliti til þess hvernig þeir starfa. Þá er m.a. vísað til markaðssetningar, ýmissa opinberra afskipta, s.s. landbúnaðarstefnu, heilbrigðisreglna, reglna um sölu á áfengum drykkjum, reglna um opnunartíma verslana og skipulagsreglugerða. Þá skipta neysluhættir miklu máli og dálæti neytenda á vörum sem framleiddar eru innanlands. Þannig er talið að einungis lítill hluti af sömu þökkuðu merkjavörutegundunum í matvöruverslunum (5% samkvæmt lauslegri könnun) finnist í hillum stórmarkaða á öllum Norðurlöndunum.

#### *2.5 Helstu tillögur í norrænu skýrslunni*

Vinnuhópur norrænu samkeppniseftirlitanna setur fram tillögur í nokkrum liðum til úrbóta fyrir matvörumarkaði á Norðurlöndunum. Þar eð aðstæður eru þrátt fyrir allt töluvert mismunandi á mörkuðum einstakra landa hafa tillögurnar mismunandi gildi fyrir hvert land. Tillögunum er beint að þeim sem á markaðnum starfa, yfirvöldum og löggjafanum. Samkeppnisyfirkönd hvers lands munu í framhaldinu vinna að tillögum, athugunum eða aðgerðum út frá hinni sameiginlegu könnun eftir því sem aðstæður gefa tilefni til. Helstu tillögur starfshópsins eru eftirfarandi:

- **Aðgangur að hilluplássi- aðgangur að markaði**  
Samningar milli birgja og verslanakeðja eru orðnir flóknir og viðamiklir. Þættir í slíkum samningum geta haldið öðrum en aðilum samninganna frá viðskiptum og falið í sér önnur samkeppnishamlandi ákvæði. Þau geta falið í sér afslætti, tryggðarkjör, greiðslu fyrir aðgang að hilluplássi, fjárframlög til markaðsstuðnings, gjafir og önnur fríðindi sem að mati samkeppnisyfirkönda kunna að fara gegn samkeppnisreglum. Aðilar á markaðnum þurfa að vera sér meðvitaðir um samninga og viðskiptahætti sem kunna að draga úr samkeppni og fara í bága við samkeppnisreglur. Mikilvægt er að litið sé á hugsanleg áhrif hvers konar viðskiptahátta í þessu samhengi.
- **Aðgangur verslana að húsnæði og byggingalóðum**  
Verslunarrými hefur farið stækkandi, lágvöruverðsverslunum og ofurstórmörkuðum hefur fjölgað. Aðgangur að húsnæði og byggingalóðum skiptir miklu fyrir þessa þróun. Nauðsynlegt er að skipulags- og byggingayfirkönd séu meðvituð um gildi virkrar samkeppni fyrir neytendur og setji ekki hömlur á framanritaðan nema málefnalegar forsendur séu því til rökstuðnings. Reglur þurfa að vera gagnsæjar.

- **Samrunar**  
Samþjöppun er mikil bæði á smásöllumarkaði matvöru og hjá birgjum. Hún felur í sér aðgangshindranir. Samkeppnisyfirvöld munu af þessum sökum rannsaka gaumgæfilega samruna á matvörumörkuðum sem hugsanlega gætu dregið úr samkeppni.
- **Betri upplýsingamiðlun til neytenda**  
Mikilvægt er að neytendur séu vel upplýstir. Lögð er áhersla á að neytendayfirvöld og aðrir sem sinna hagsmunum neytenda beiti sér fyrir bættum upplýsingum á vöruumbúðum um vörugæði og öryggi og samræmingu á milli landa hvað þetta varðar.
- **Sameiginlegar reglur um matvæli**  
Sértækar reglur einstakra landa um matvæli sem lúta að heilsu og velferð neytenda geta verið aðgangshindrun að markaði. Hvatt er til samræmingar á slíkum reglum á milli landa.
- **Endurvinnsla á umbúðum**  
Allar norrænu þjóðirnar búa við kerfi sem tengist endurvinnslu á umbúðum. Sums staðar getur skilagjald og framkvæmd þess kerfis sem lýtur að endurvinnslu verið þrándur í götu viðskipta á milli landa. Hvatt er til samræmingar á reglum hvað þetta varðar á Norðurlöndunum.

### 3. Áherslur Samkeppniseftirlitsins – leitað sjónarmiða um forgangsöröðun.

Samkeppniseftirlitið kappkostar að hafa sem besta yfirsýn yfir matvörumarkaðinn. Í því efni er m.a. byggt á fyrri umfjöllun samkeppnisyfirvalda um einstök samkeppnismál sem varða markaðinn auk þess sem gerð var umfangsmikil könnun á samkeppnisháttum á matvörumarkaði sem birt var árið 2001.

Samkeppniseftirlitið hyggst í starfi sínu á næstu misserum leggja ríka áherslu á að fylgjast með samkeppnisháttum á matvörumarkaðnum. Það helgast af mikilvægi þess markaðar fyrir íslenska neytendur og samfélagið í heild. Niðurstöður í skýrslu norrænu samkeppniseftirlitanna munu að hluta móta áherslur í starfi Samkeppniseftirlitsins að þessu leyti.

Að mati Samkeppniseftirlitsins er mikilvægt að horfa til tveggja meginþátta er varða samkeppni á matvörumarkaði. Annars vegar er brýnt að huga að hugsanlegum samkeppnishindrunum sem tengjast aukinni samþjöppun og fákeppni á matvörumarkaði. Hins vegar er nauðsynlegt að huga að skyldum stjórnvalda til að búa í haginn fyrir samkeppni neytendum til hagsbóta. Í því sambandi verður m.a. að huga að innflutningshömlum á búvörum.

Áherslur Samkeppniseftirlitsins koma fram í eftirfarandi atriðum:

1. Samkeppniseftirlitið hyggst beita almennum eftirlitsheimildum sínum til að ryðja úr vegi hugsanlegum ólögmætum samkeppnishindrunum.
2. Kannað verður hvort forsendur séu til sérstakra aðgerða til að tryggja betri aðgang fyrirtækja að matvörumarkaðnum með vörur sínar.
3. Samkeppniseftirlitið mun beina því til stjórnvalda að dregið verði úr innflutningshömlum á búvörum og samkeppni eflað á því sviði.
4. Bregðast þarf við hvers konar samruna á matvörumörkuðum með ítrustu rannsóknum á samkeppnislegum áhrifum.
5. Samkeppniseftirlitið mun beina því til skipulags- og byggingaryfirvalda að aðgangur fyrirtækja að verslunarhúsnæði og byggingarlóðum verði sem greiðastur í þágu virkrar samkeppni.
6. Hvetja þarf til þess að stjórnvöld samræmi sértækar reglur um matvæli þeim

reglum sem gilda í nágrannalöndum þannig að aðgangur að markaði verði greiðari.

Mikilvægt er að Samkeppniseftirlitið forgangsraði framangreindum verkefnum með skynsamlegum hætti. Í því skyni að tryggja eðlilega forgangsröðun og móta nánar áherslur sínar í eftirliti með matvörumarkaði næstu misseri mun Samkeppniseftirlitið á næstu vikum funda með aðilum í stjórnvöldum og hagsmunaaðilum. Á fundunum verða niðurstöður norrænu skýrslunnar nánar kynntar og leitað viðhorfa um brýnustu aðgerðir á íslenskum matvörumarkaði. Jafnframt verður stjórnvöldum, hagsmunaaðilum og öðrum áhugasömum gefinn kostur á að koma sjónarmiðum sínum um framangreint á framfæri. Umsagnarfrestur er til loka janúar 2006. Í framhaldinu mun Samkeppniseftirlitið taka nánari afstöðu til brýnustu aðgerða.

---