



SAMKEPPNISEFTIRLITIÐ

Pistill nr. 1/2011.

28. febrúar 2011.

Breytingar á verðmerkingum á kjötvörum – Til hagsbóta fyrir neytendur

Þann 1. mars nk. taka gildi breytingar á verðmerkingum á ýmsum kjötvörum í matvöruverslunum. Í breytingunum felst að kjötvinnslufyrirtæki hætta að forverðmerkja fyrir matvöruverslanir pakkningar í staðlaðri þyngd, þ. á m. flestar tegundir af pylsum, tilbúnum réttum og flestar áleggstegundir. Með forverðmerkingu er átt við það þegar kjötvinnslufyrirtæki eða aðrir birgjar merkja vörur með smásöluverði sem verslun notast við og verðið því hluti af þeim upplýsingum sem koma fram á merkingu birgjans.

Þann 1. júní nk. mun hið sama gilda um kjötvörur sem ekki eru í staðlaðri þyngd, s.s. lambalæri, kjúklingabringur í bakka o.fl. Frá þessu tímamarki mun forverðmerking kjötvara því heyra sögunni til að mestu leyti.

Þessar breytingar eru liður í því að binda enda á og vinna gegn brotum sem Hagar og tiltekin kjötvinnslufyrirtæki urðu uppvis að. Rétt er að rekja í stuttu máli tildrög þessa.

Samskipti að baki forverðmerkingum fólu í sér samkeppnislagabrot

Í ákvörðun nr. 33/2010 er greint frá samkeppnishömlum í tengslum við forverðmerkingar á kjötvörum. Ákvörðunin er afrakstur rannsóknar sem hófst í framhaldi af skýrslu sem Samkeppniseftirlitið birti á miðju ári 2008, um viðskiptasamninga birgja og matvöruverslana. Þar voru færð fyrir því rök að forverðmerkingar hömluðu samkeppni.

Rannsókn málsins leiddi í ljós samkeppnishamlandi samvinnu um verð, annars vegar verslana Bónuss í eigu Haga, og hins vegar sex kjötvinnslufyrirtækja. Þetta gerðu fyrirtækin með tvíhliða samningum eða samstilltum aðgerðum í tengslum við smásöluverðlagningu á kjöti og unnum kjötvörum sem kjötvinnslufyrirtækin hafa annast (svokölluð forverðmerking).

Ákvæði samkeppnislaga banna framleiðendum og smásölum að hafa með sér samráð um endursöluverð (lóðrétt verðsamráð). Tölvupóstur og önnur gögn sýndu að annars vegar Bónus og hins vegar kjötvinnslufyrirtækin sex (hvert fyrir sig) höfðu nána samvinnu um smásöluverð í Bónus og afslætti frá því. Í flestum tilfellum voru samskiptin þannig að kjötvinnslufyrirtækin sendu Bónusi tillögu að smásöluverði á tilteknum vörum og afslátt frá því verði. Brugðust þá



forsvarsmenn Bónuss við með því að samþykkja tilboðið, synja því eða setja fram nýja tillögu.

Í þessum samskiptum fólst því ekki aðeins beiðni Bónuss um verðmerkingar kjötbirgjana á vörum heldur reyndist samvinnan mun umfangsmeiri. Voru brotin til þess fallin að takmarka samkeppni og valda þannig neytendum tjóni.

Í mörgum tilvikum voru þessir aðilar að semja eða fjalla um afslætti frá verði sem aldrei stóð til að bjóða neytendum í viðkomandi verslunum.

Hagar og kjötvinnslyfyrirtæki óskuðu eftir sátt

Þegar Samkeppniseftirlitið hafði kynnt umræddum fyrirtækjum frumniðurstöður sínar sneru þau sér hvert í sínu lagi til Samkeppniseftirlitsins og óskuðu eftir því að ljúka málinu með sátt. Á þeim grundvelli nýtti Samkeppniseftirlitið heimild samkeppnislaga og gerði sátt við Haga og sex kjötvinnslyfyrirtæki. Samtals greiddu þau 405 m.kr. í stjórnvaldssektir.

Önnur tvö kjötvinnslyfyrirtæki óskuðu eftir sáttaviðræðum við Samkeppniseftirlitið en þær viðræður skiluðu ekki niðurstöðu. Þáttur þessara fyrirtækja er því enn til rannsóknar.

Mælt fyrir um breytingar neytendum til hagsbóta

Til þess að vinna gegn frekari brotum og skapa skilyrði fyrir aukinni samkeppni féllust umrædd fyrirtæki á að hlíta tilteknum fyrirmælum og skilyrðum.

Eitt þessara skilyrða er að Hagar muni hætta að taka við forverðmerktum kjötvörum innan þeirra tímamarka sem tilgreind voru í upphafi pistilsins. Sömuleiðis hætta viðkomandi kjötvinnslyfyrirtæki að merkja smásöluverð fyrir sína viðskiptavinum. Breytingin hefur því áhrif á öll kjötvinnslyfyrirtæki sem eiga viðskipti við Haga og á aðrar matvöruverslanir en þær sem Hagar reka, sem kaupa vörur af umræddum kjötvinnslyfyrirtækjum.

Samkvæmt ákvörðuninni er Högum einnig óheimilt að veita afslætti á kjötvörum nema um raunlækkun sé að ræða frá gildandi smásöluverði. Ljóst er að það er bæði samkeppnishamlandi og villandi gagnvart neytendum að gefa til kynna að vara sé á tilboði (t.d. 10% afslætti) þegar í raun er aðeins verið að selja hana á því verði sem almennt gildir í viðkomandi verslun. Með ákvörðuninni eiga þessir viðskiptahættir að heyra sögunni til.

Mikilvægt að breytingarnar takist vel

Samkeppniseftirlitið hefur lagt áherslu á að vel takist til um breytingarnar. Ábyrgðin á því hvílir á þeim fyrirtækjum sem í hlut eiga. Gera verður ráð fyrir því að þau leitist við að útfæra breytingarnar þannig að neytendur verði ekki fyrir óþægindum. Þrátt fyrir þetta hefur Samkeppniseftirlitið fengið ábendingar frá óánægðum neytendum um verðmerkingar í aðdraganda breytinganna. Samkeppniseftirlitið hefur komið þessum ábendingum á framfæri við Neytendastofu.



Samkeppniseftirlitið hefur einnig mælst til þess við hagsmunasamtök fyrirtækja og neytenda og stjórnvöld á þessu sviði að fylgja breytingunum eftir með hagsmuni neytenda að leiðarljósi.

Samkeppniseftirlitið væntir þess að neytendur þurfi þess vegna ekki að verða fyrir óþægindum vegna breytinganna. Þvert á móti eiga þær að leiða til aukinnar samkeppni milli verslana og heilbrigðari samkeppnisaðstæðna til lengri tíma lítið.

Upplýsingasíða opnar

Í tengslum við framangreindar breytingar opnar Samkeppniseftirlitið í dag upplýsingasíðu á vef sínum, www.samkeppni.is, þar sem finna má algengar spurningar frá neytendum og fyrirtækjum og svör við þeim. Upplýsingasíðan verður uppfærð eftir því sem ástæða er til. Spurningar og svör sem nú er að finna á síðunni fylgja einnig hér á eftir.

*Páll Gunnar Pálsson
forstjóri Samkeppniseftirlitsins*

VIÐAUKI

Spurningar og svör vegna breytinga á verðmerkingum á kjötvörum

Ljóst er væntanlegar breytingar á verðmerkingum á kjötvörum, sem m.a. er lýst í pistli Samkeppniseftirlitsins nr. 1/2011, hafa kallað fram ýmsar spurningar hjá neytendum og fyrirtækjum. Til upplýsingar er nokkrum þeirra svarað hér á eftir.

1. *Spurning: Leiða breytingarnar til þess að vörur verði ekki verðmerktar?*

Svar: Ekkert í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins kallar á að matvörur séu ekki forsvaranlega verðmerktar. Um verðmerkingar gilda lög nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, og reglur nr. 725/2008, um verðmerkingar og aðrar verðupplýsingar. Neytendastofa hefur eftirlit með framkvæmd þessara reglna. Matvöruverslunum ber að sjálfsögðu að verðmerkja vörur sínar í samræmi við gildandi lög og reglur. Þetta er áréttað sérstaklega í fyrrgreindri ákvörðun Samkeppniseftirlitsins.

Dæmi eru um að starfsmenn og forsvarsmenn Bónuss hafi réttlætt ófullnægjandi verðmerkingar í verslunum sínum með því að vísa til ákvörðunar Samkeppniseftirlitsins. Samkvæmt framangreindu á sú skýring ekki við rök að styðjast.

2. *Hvernig verða kjötvörur verðmerktar hér eftir?*

Svar: Það er matvöruverslana að sjá til þess að verðmerkingar séu forsvaranlegar og í samræmi við reglur Neytendastofu. Sem dæmi má nefna að matvöruverslanir geta verðmerkt pakkningar sem eru að staðlaðri þyngd



(allar jafn þungar) með hillumerkingu eða merkingu við pinna (t.d. fyrir áleggspakkingar) eins og tíðkast um fjöldamargar dagvörur. Einnig geta matvöruverslanir verðmerkt hverja og eina pakkingu sjálfar.

Verslanir hafa frest til 1. júní nk. til þess að útfæra verðmerkingar á óstöðluðum vörum (t.d. lambalærum, kjúlingabringum í bakka o.fl.). Neytendastofa er nú að huga að breytingum á reglum um verðmerkingar þar sem kveðið verður á um það hvernig nýta megi strikamerki við verðmerkingar á óstöðluðum vörum. Er þá átt við að svokallaðir verðskannar (eða strikalesarar) séu aðgengilegir fyrir viðskiptavinum verslana þannig að þeir geti borið strikamerki upp strikalesurunum og á þann hátt fengið upplýsingar um verð hverrar vörueiningar jafnvel þó hver pakking sé mismunandi að þyngd.

3. *Verður erfiðara fyrir neytendur að átta sig á verði á þessum vörum hér eftir?*
Svar: Nei, ekki ef matvöruverslanir fara að lögum og reglum við verðmerkingar. Matvöruverslunum ber að tryggja að verðmerking sé skýr, aðgengileg og greinileg svo augljóst sé til hvaða vöru eða þjónustu verðmerkingin vísar.

Að einu leyti a.m.k. verður það þvert á móti auðveldara fyrir neytendur að átta sig á smásöluverðinu. Þannig mun stórlega draga úr því að neytendur þurfi að beita prósentureikningi í huganum vegna mismunandi afsláttar sem tíðkast hefur að veita, en prósentuafsláttur hefur oft verið veittur frá verði sem jafnvel aldrei hefur verið í gildi.

4. *Hafa breytingarnar áhrif á merkingar á þyngd eða sölu-/neysludegi?*
Svar: Ekkert í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins gefur tilefni til þess. Kjötvinnslyfyrirtæki merkja vörur sínar áfram með þyngd, framleiðsludegi og síðasta sölu- eða neysludegi.
5. *Leiða breytingarnar til lægra verðs á viðkomandi vörum?*
Svar: Breytingarnar skapa grundvöll fyrir virkari verðsamkeppni milli verslana með þessar vörur. Verðkannanir hafa ítrekað sýnt að verð á forverðmerktum kjötvörum hefur undantekningarlítið verið hið sama milli keppnauta í matvöruverslun. Hér eftir mun hver verslun eða verslunarkeðja ákveða verð á sínum vörum sjálfstætt. Til lengri tíma á sú samkeppni að leiða til lægra verðs en ella hefði verið.

6. *Leiða breytingarnar til hærra verðs á viðkomandi vörum?*
Svar: Því hefur verið haldið fram að breytingarnar leiði til umfangsmikils kostnaðarauka fyrir verslanir, sem nú þurfi að ráðast í dýrar breytingar í verslunum sínum og annast verðmerkingar með óhagkvæmari hætti en áður. Samkeppniseftirlitið telur ekki að svo þurfi að vera. Þannig benda athuganir Samkeppniseftirlitsins t.d. ekki til þess að svokallaðir verðskannar séu fjárfesting af því tagi að hún þurfi að hafa áhrif á verð verslana á viðkomandi vörum. Þá er rétt að benda á að nú þegar kjötvinnslyfyrirtæki hætta að verðmerkja vörur með tilheyrandi kostnaði, ætti jafnvel að skapast svigrúm



til lækkunar á heildsöluverði viðkomandi vara, enda leggjast af ítarleg samskipti kjötvinnslufyrirtækja og matvöruverslana um smásöluverð.

Hér skiptir hins vegar máli hvaða leiðir verslanir velja við verðmerkingar. Ætla verður að þær leiti hagkvæmra leiða í því sambandi.

7. *Er Högum yfirhöfuð bannað að gefa afslætti?*

Svar: Ákvörðunin takmarkar á engan hátt svigrúm Haga eða annarra verslana til að bjóða afslætti frá verði sem í gildi hefur verið og neytendum hefur staðið til boða. Hin ógagnsæja verðlagning, sem felst í því að afslættir eru boðnir frá verði sem aldrei hefur verið í gildi, á hins vegar að heyra sögunni til.

Mikilvægt er fyrir neytendur að hafa í huga að margar verslanir (sérstaklega lágvöruverðsverslanir) hafa lengi boðið fastan 5-10% afslátt af forverðmerktum kjötvörum. Munu þessir afslættir sem fyrr segir heyra sögunni til. Vara sem áður var t.d. forverðmerkt á 1.000 kr. ætti því eftir breytingarnar að vera verðmerkt af verslun á 900 kr. ef til þessa hefur verið veittur 10% fastur afsláttur af vörunni í umræddri verslun.

8. *Mun vöruúrval minnka?*

Svar: Sumir aðilar á matvörumarkaði halda þessu fram. Samkeppniseftirlitið fær ekki séð að breytingar á verðmerkingum leiði til þess óhagræðis í verslunum að þær þurfi að minnka vöruúrval.

9. *Er hægt að treysta því að vörur sem kallaðar eru staðlaðar og eru merktar á hillu séu í raun allar í sömu þyngd?*

Svar: Mörg kjötvinnslufyrirtæki búa yfir tækjabúnaði sem gerir þeim kleift að staðla þyngd vöru með nákvæmum hætti, eða innan skekkjumarkna sem þau hafa samkvæmt reglum. Breytingarnar munu að líkindum leiða til þess að kjötvinnslufyrirtæki muni hér eftir staðla þyngd á fleiri vörum en hingað til hefur tíðkast. Það er til hagsbóta fyrir neytendur.

10. *Þurfa kjötvinnslufyrirtæki taka til baka vörur sem eru forverðmerktar en hafa ekki verið seldar fyrir 1. mars?*

Svar: Nei, ekkert í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins kallar á það.

11. *Mega framleiðendur eða birgjar, aðrir en kjötvinnslufyrirtæki, merkja smásöluverð samkvæmt fyrirmælum matvöruverslana, t.d. vörur sem seldar eru undir merkjum viðkomandi verslana? (einn birgir – einn endursöluaðili)*

Svar: Rannsókn á forverðmerkingum kjötvara leiddi í ljós að til grundvallar forverðmerkingunum lágu samskipti milli Haga og viðkomandi kjötvinnslufyrirtækja sem fólu í sér brot á samkeppnislögum. Til þess að vinna gegn þessum brotum og skapa skilyrði fyrir virkri samkeppni féllust viðkomandi fyrirtæki á að hlíta banni við forverðmerkingum á þessu sviði.

Samkeppnislög leggja ekki afdráttarlaust bann við því að framleiðendur eða birgjar merki vörur með smásöluverði sérstaklega fyrir tiltekna matvöruverslanir eða aðra endursöluaðila, ef hið merkta smásöluverð er alfarið ákveðið af hinum síðarnefnda. Reynslan sýnir hins vegar að slíkt



verklag getur leitt til ólögmeðra samskipta milli framleiðanda eða birgjis annars vegar og smásöluverslunar og endursöluaðila hins vegar. Það er ávallt á ábyrgð viðkomandi aðila að tryggja að slíkt hendi ekki.

12. *Mega birgjar merkja vörur sínar með leiðbeinandi smásöluverði? (einn birgir – margir endursöluaðilar)*

Svar: Með vísan til niðurstöðu Samkeppniseftirlitsins í ákvörðun nr. 33/2010 er mikilvægt að gæta að því að engin samskipti eða samvinna eigi sér stað á milli sölustiga, t.d. á milli heildsala og smásala, um smásöluverð eða afslátt frá smásöluverði (lóðrétt verðsamráð). Það er meginregla í samkeppnisrétti að smásali ákveði sjálfur smásöluverð á þeim vörum sem hann tekur í sölu.

Samkeppnislög banna hins vegar ekki afdráttarlaust að birgjar gefi út leiðbeinandi smásöluverð eða merki vörur sínar með leiðbeinandi smásöluverði. Slík háttsemi getur átt rétt á sér í vissum tilvikum, en skoða þarf hvert tilvik í því sambandi. Eitt af því sem gæta verður að er að slíkar verðmerkingar hafa oft leitt til þess að nær allir endursöluaðilar bjóði slíkar vörur við hinu leiðbeinandi verði. Verðmerkingar af því tagi kunna að takmarka verðsamkeppni milli og fara gegn 10. gr. samkeppnislaga.

13. *Hvert get ég tilkynnt ef ég tel að verðmerkingar matvöruverslana uppfylli ekki lög og reglur?*

Svar: Samkeppniseftirlitið veitir nánari upplýsingar um ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 33/2010 og skilyrði hennar. Neytendastofa tekur hins vegar við ábendingum um ófullnægjandi verðmerkingar í verslunum.