



Avtalsstrukturer i livsmedelskedjan

Konkurrensverkets analys i korthet, juni 2024
Foto: Scandinav

De senaste årens höjda priser på livsmedel har haft en stor påverkan för svenska hushåll och har väckt frågor om det finns eventuella konkurrensproblem inom livsmedelsbranschen. Våren 2023 inledde vi en genomlysning av livsmedelsbranschen för att undersöka konkurrenssituationen i samtliga led i livsmedelskedjan.

Denna analys i korthet är en del av genomlysningen av livsmedelsbranschen. Slutsatserna finns samlade i rapporten Konkurrensverkets genomlysning av livsmedelsbranschen 2023–2024. Alla publiceringar finns att läsa på Konkurrensverkets webbplats.

Innehåll

1	Sammanfattning	5
1.1	Om priset.....	5
1.2	Om exklusivavtal och volymåtaganden	7
1.3	Avtalstider.....	10
2	Bakgrund och syfte	11
3	Om informationsinhämtningen och begrepp.....	12
4	Avtalen mellan primärproducenterna och de förädlade företagen	14
4.1	Kyckling.....	14
4.2	Ägg.....	16
4.3	Ost och smör	19
4.4	Bröd och matolja.....	22
4.5	Potatis.....	25
5	Avtalen mellan förädlade företag och deras kunder	29
5.1	Exklusivavtal.....	30
5.2	Volymåtaganden och prognoser	30
5.3	Avtalens löp- och uppsägningstider	31
5.4	Priser	31
5.5	Förhandling.....	32
5.6	Kampanjer	33
5.7	Handelns egna varumärken – EMV	34
6	Avslutande kommentarer och slutsatser	35

1 Sammanfattning

Syftet med denna granskning har varit att undersöka om det förekommer avtalsstrukturer eller avtalsvillkor som är hinder för en väl fungerande konkurrens i ett urval av sektorer i livsmedelskedjan. De faktorer som granskats är bland annat villkor om vad som ska odlas och födas upp, hur priset sätts och av vem, möjligheterna till prisjusteringar under avtalstiden. Andra faktorer som granskats är frågor om produktionsrisk, volymer, avtalsstider och leveransåtaganden. Granskningen har inte syftat till att bedöma om något eller några enskilda avtal är i strid med förbudsbestämmelserna i konkurrenslagen (2008:579).

Konkurrensverket har under hösten 2023 inhämtat uppgifter från ett knappt 20-tal aktörer, varav de flesta utgör livsmedelsproducerande företag. Granskningen har utgått från förädlare inom olika produktionssektorer¹ som köper jordbruksprodukter direkt från primärproducenter². Förädlarna utgörs bland annat av packerier av ägg, kycklingslakterier, mejerier, spannmålshandlare, spannmålsförädlare, potatispackerier samt frukt- och gröntgrossister. Det rör sig i de flesta fall om förädlade livsmedelsföretag, men i vissa fall aktörer som säljer vidare produkterna utan någon förädling. Aktörerna kommer i denna granskning genomgående att benämnas "förädlarna", även om enstaka aktörer inte genomför någon förädling av själva produkterna de köper och säljer vidare.

Sammanfattningsvis visar granskningen att primärproducenterna i vissa sektorer är låsta till en eller ett fåtal livsmedelsförädlare köpare under relativt lång tid. Dessa köpare bestämmer ofta priserna, men kan i sin tur ha en skyldighet att ta emot all produktion av primärproducenten. I nästa led, mellan de livsmedelsförädlare företagen och deras köpare, framför allt dagligvaruhandelns grossister, är det tydligt att det typiskt sett inte finns exklusivavtal och att priserna förhandlas mellan parterna. Det framgår också att det, trots avsaknad av uttryckliga volymåtaganden eller liknande, i praktiken finns långtgående krav på förädlingsföretaget att ha en hög servicegrad och att leverera samtliga produkter som beställs.

1.1 Om priset

Granskningen visar att primärproducenterna har liten eller ingen möjlighet att påverka priset på sina produkter. Bilden från Konkurrensverkets undersökning av konkurrensen i primärproduktionsledet från våren 2023 bekräftas således.³ Det har framkommit att det ofta är köparna av primärproducenternas produkter som

¹ Kyckling, mjölk, oljeväxter, potatis, spannmål och ägg.

² Primärproduktion är ett begrepp som används för att beskriva verksamheter på gård eller liknande nivå. Exempel kan vara att odla och skörda grönsaker, föda upp djur före slakt, producera ägg och mjölk, fiska och jaga. Exempel på primärprodukter är spannmål, ägg, mjölk och honung. Primärproduktionen är starten på livsmedelskedjan. Närmare information om begreppet kan hittas på Livsmedelsverkets webbplats: <https://www.livsmedelsverket.se/foretagande-regler-kontroll/regler-for-livsmedelsforetag/primarproduktion>.

³ Konkurrensverket, *Konkurrensen i primärproduktionen*, Analys i korthet 2023:11.

bestämmer priset på produkterna. Granskningen visar inte heller annat än att det är primärproducenterna som står risken för det fall något går fel. Prislistor finns ofta på förhand och primärproducenterna kan ibland vara involverade i framtagandet av prislistorna. Det är emellertid genomgående förädlaren som vid avräkningen av en leverans bedömer kvaliteten på det som levereras och därefter bestämmer det belopp som ska betalas. Enligt vad som framkommit rörande prissättning sätts eller förhandlas pris mot primärproducent med längst mellanrum för kyckling och ägg. Samtidigt kan justeringar enligt avtalen ske utan begränsningar, åtminstone för vissa produkter. Priset påverkas av olika faktorer, där vissa aktörer tydligare följer exempelvis foderpriset eller något annat förutbestämt index. Mjölkspriset följer den månatliga marknadsnoteringen med koppling till världsmarknadspris. Mejerierna har olika tillvägagångssätt för prissättning och har med anledning av sin marknadsandel olika marknadsmakt över priset. Vad gäller spannmål är priset ofta kopplat till världsmarknadspriset och kan förändras i princip dagligen. Det finns dock olika prismodeller som primärproducenterna kan välja mellan för att hantera sin risk. De två senare sektorerna kan sägas präglas av en relativt transparent prissättning. Detta kan möjligen ha en förklaring att mejeriföreningarna och den största aktören på spannmålsinköpsområdet, Lantmännen, är kooperativ.

Genomgående i denna granskning har det framgått att primärproducenterna inte har någon löpande möjlighet att ta initiativ till prispförhandlingar utan att det är köparen av primärproducentens produkter som råder över justeringen av det pris som betalningen till primärproducenten baseras på. Detta medför att en primärproducent själv inte kan råda över sin prissättning om priset behöver höjas till följd av ökade kostnader medan köpare i högre grad kan råda över prissättningen till primärproducenten exempelvis vid förändringar i marknadspriset i senare led. Möjligheten till prisjusteringar vid omvärldsförändringar är således ofta asymmetrisk.

När det gäller initiativrätt till prispförhandlingar i nästa handelsled, mellan förädlare företag som kycklingslakterier, mejerier och äggpackerier och deras viktiga kundgrupp dagligvaruhandeln, så skiljer det sig åt mot hur det ser ut gentemot primärproduktionen. De förädlare företagen får typiskt sett avisera höjda priser men det ska ske med relativt långt varsel gentemot dagligvaruhandeln. Motsvarande krav på varsel tycks typiskt sett inte finnas om dagligvaruhandeln vill ta initiativ till en prispförhandling gentemot de förädlare företagen. Priserna förhandlas sedan mellan parterna. Detta medför att priserna mellan förädlare och dagligvaruhandel gäller fram till nästa prisavisering och efterföljande prispförhandling. Det finns emellertid vissa undantag där fast pris avtalas för längre tid. Pris eller uppgifter om vad rabatter och bonusar ska uppgå till regleras sällan i själva avtalet utan i olika bilagor. Även avtal om marknadsföring eller säljfrämjande åtgärder som kampanjer regleras i separata avtal eller bilagor. Konkurrensverket kan konstatera att detta sammantaget innebär en relativt komplex avtalsstruktur där även andra faktorer än själva prispförhandlingen har stor påverkan på det slutliga priset.

För vissa produkter som förädlarna av potatis handlar med förekommer det att pris fastställs på daglig basis utifrån marknadens efterfrågan och i denna sektor synes det finnas en mer väl fungerande prismekanism. Detta gäller både priserna mellan primärproducenterna och förädlarna samt mellan förädlarna och deras kunder. Dessa kunder kan vara såväl frukt- och gröntgrossister som dagligvaruhandeln. Detta kan vara en förklaring till att konsumentpriser på frukt och grönt varierar och att större störningar i primärproduktionen kan få snabbt genomslag i konsumentpriserna.

Spannmålssektorn präglas av att det är en sektor där det har växt fram olika avtalsmodeller och finansiella lösningar för att balansera den risk som uppstår genom att skörd av spannmål sker en gång per år och på norra halvklotet under ungefär samma period. Inom spannmålssektorn finns det olika prismodeller som primärproducenten kan välja mellan för att balansera sin prisrisk. Primärproducenten kan exempelvis välja att prissäkra skörden långt innan den är genomförd eller sälja skörden till spotpriset vid leverans. Det förekommer också möjlighet att ta del av den värdeutveckling som sker hos förädlaren genom så kallade värdefördelningsklausuler. Detta avviker från övriga sektorer i denna granskning. Det pris som betalas ut till primärproducenten vid användandet av de olika prismodellerna baseras på råvarupriset på två större spannmålsbörser och transparens vad gäller det underliggande index som priset är baserat på föreligger på sätt som inte är lika tydligt för vissa av de övriga sektorerna. Viss transparens kring vilka priser odlarna kan få finns också i potatissektorn, men där präglas marknaden av att den sedan en tid har haft potatisöverskott och att producenter har svårt att få kostnadstäckning. Därtill har det framkommit att det finns en lojalitetsfaktor inom potatis, där odlare gett uttryck för att de inte våga byta köpare på grund av risken att inte få leverera till denna köpare igen framöver.

1.2 Om exklusivavtal och volymåtaganden

Av granskningen framkommer att det i flera sektorer finns olika typer av exklusiva upplägg mellan förädlarna och primärproducenterna vilka reglerar att all, eller viss del, av produktionen ska levereras till en och samma köpare. Det har vidare framkommit att, även om exklusivitet inte regleras i avtal, kan förädlingsföretagen i praktiken uppleva sig förhindrade att handla med annan än dagligvaruhandeln grossister då det finns en rädsla att annars drabbas av minskade inköpsvolym. Det tycks således finnas en skillnad mellan vad som regleras i de skriftliga avtalen och vad som sker i praktiken. Eftersom en stor del av försäljningen ofta sker till dagligvaruaktörernas centrala inköpsorganisation kan de påtryckningar som förekommer upplevas vara begränsande i möjligheten att leverera till andra kunder än dessa eller direkt till butik. Det finns emellertid skillnader mellan de undersökta sektorerna.

Avtalsreglerade exklusiv- och volymåtaganden från primärproducentens sida finns i större utsträckning för kyckling, ägg och mejeri än i andra sektorer. För kyckling och ägg medför exklusivavtalen att det inte finns möjlighet att leverera till konkurrerande kycklingslakterier eller äggpackerier. För ägg är det dock i regel tillåtet med en mindre andel gårdsförsäljning. För mjölk finns det för Arlas del, det vill säga den största mejeriföreningen, en möjlighet till splitleverans till följd av ett åtagande till Konkurrensverket. Samtidigt ska det understrykas att det typiskt sett finns en mottagningsplikt från förädlaren som innebär att primärproducenten får en garanterad avsättning av hela sin produktion av kyckling, mjölk eller ägg. Den av kycklingslakterier och äggpackerier angivna anledningen till exklusivitetskrav är att man av smittskyddsskäl inte kan ha fjäderfä till olika kunder i anslutning till varandra. Vidare har det angetts att det av logistiska skäl finns få aktörer för primärproducenterna att sälja till och att man vänder sig till den aktör som ligger närmast. Det finns också exempel på att primärproducenter i vissa fall enligt avtalen är tvungna att köpa insatsvaror, exempelvis nykläckta kycklingar eller foder, från det förädlade företaget eller från någon aktör som det förädlade företaget väljer. Detta medför att primärproducenternas kontroll över sin egen kostnadsbild minskar.

Genomgående för kyckling, ägg och mjölk är att produkterna i relativt hög grad säljs direkt från förädlaren till dagligvaruaktörer⁴ som når konsumenterna. Vad gäller leveranser till hotell- och restaurangsektorn eller till offentliga köpare sker leveranserna i regel via en grossist. Vid en granskning av avtalen mellan förädlarna och deras kunder är ett genomgående resultat att det skiljer sig åt vad gäller exklusivitet och volymåtaganden jämfört avtalen med primärproducenterna. I ledet mellan förädlaren och dess privata kunder är huvudregeln att det inte förekommer någon exklusivitet utan att köparna är fria att köpa från vilken förädlare de vill. Såvida gäller offentliga köpare är dessa hänvisade till den aktör som vunnit den offentliga upphandlingen av livsmedel. Det förekommer inte heller, med undantag för kampanjer, några volymåtaganden. Däremot förekommer icke-bindande prognoser. Köparna ställer också krav på leverantörerna att de ska hålla en mycket hög servicegrad⁵ på beställningar som kan läggas med relativt kort framförhållning. Sammantaget medför detta att förädlarna tycks ta en betydligt större del av volymrisken än deras köpare.

Som konstaterades i Konkurrensverkets analys i korthet av konkurrensen i primärproduktionen är en stor del av den svenska livsmedelsproduktionen påverkad av de geografiska förutsättningarna och kanske också det begränsade befolkningsunderlaget. Det handlar ofta om praktiska och logistiska skäl till att möjligheterna för primärproducenter att byta köpare är begränsad – att det helt enkelt är svårt att nå lönsamhet om en producent exempelvis inte levererar till det mejeri vars mjölk-bilar utan större omväg kan köra förbi dennes gård. Det framgår av granskningen att mejeriföreningarna i praktiken har stor inverkan på sina mjölkproducenters produktion, även om de senare också är deras ägare. Skulle en producent vilja byta

⁴ I regel är det via dagligvaruaktörernas grossister/centrala inköpsorganisationer, som ofta är helägda eller integrerade med dagligvaruverksamheten.

⁵ Andel levererad volym i förhållande till beställd volym.

mejeri har man i många fall inte någon annan aktör man kan leverera till i stället. Även om det ofta finns vissa möjligheter att leverera en del av mjölken till annan än den mejeriförening man är med i beskrivs det att relativt få mjölkproducenter använder den möjligheten. Inom spannmål och oljeväxter finns större avtalsenlig frihet vad gäller möjligheten att sälja till flera olika köpare. Vissa hinder mot en högre konkurrens i förädlingsleden i dessa sektorer skulle enligt vad som framkommit i granskningen i större utsträckning delvis kunna bero på marknadsförutsättningar – att den är väderberoende och kräver stora logistikinsatser – än på avtalsstrukturen eller särskilda åtaganden från en part.

Konkurrensverket konstaterade vidare i analysen i korthet om konkurrensen i primärproduktionen att organiseringen i kooperativ kan skapa en starkare förhandlingsposition för producenterna men att det också riskerar att leda till ineffektivitet. Det kan även försvåra inträde i förädlingsledet om en stor del av den befintliga produktionen är låst till ett visst kooperativ. Vissa föreningar har angett att de generellt inte nekar nya medlemmar i upptagningsområdet, men det är tydligt i de flestas stadgar att de har möjlighet att göra så om en ny medlem inte skulle gynna kooperativets ekonomi.

I mejerisektorn förekommer inte exklusivitet i samma omfattning som i exempelvis ägg- och kycklingsektorn. De granskade mejeriföreningarna ställer som krav att medlemmarna ska leverera minst 50–80 procent av den producerade mjölken till den mejeriförening man är medlem i. Övrig volym finns det en möjlighet för primärproducenten att leverera till andra mejerier.

För spannmål och oljeväxter tecknar primärproducenterna avtal per skörd. I sådana avtal kan det förekomma krav på att primärproducenten ska leverera en viss volym. Typiskt sett hindras dock inte primärproducenten från att teckna avtal med flera förädlare samtidigt om primärproducenten vill detta. Detta behöver dock i praktiken inte medföra att primärproducenterna i praktiken konkurrensutsätter och byter köpare från år till år. Den bild som framkommit är att det är relativt ovanligt att primärproducenten väljer att sälja till en annan förädlare trots att man har formell möjlighet till det.

Det kan inte anses ha framkommit något som tyder på att förekomsten av exempelvis exklusivavtal eller uppsägningstider vad gäller dagligvaruhandelns egna märkesvaror, EMV, skiljer sig nämnvärt mot de producentmärkta. Däremot har det förts fram att det finns en ojämn maktbalans mellan förädlare och köpare av EMV. Enligt Konkurrensverket kan detta skilja sig åt mellan olika förädlare och olika köpare av EMV. Förädlare leverantörer i denna granskning har uppgett sig ha lägre marginaler på EMV än producentmärkta varor. Utifrån vad som framkommit kan det finnas en risk för inlåsningseffekter om leverantörer som levererar stora volymer EMV upplever att de kan bli utsatta för repressalier om de skulle vilja leverera mindre EMV till en köpare för att exempelvis kunna leverera varor till någon annan i stället.

1.3 Avtalstider

Även vad gäller avtals löp- och uppsägningstider skiljer sig villkoren mellan de granskade sektorerna. För avtalen mellan primärproducenterna av kyckling och ägg och slakterierna och packerierna kan avtal löpa flera år och ha mycket långa uppsägningstider. I nästkommande led är avtalen typiskt sett tillsvidareavtal, men med korta uppsägningstider. Detta medför att förädlade företag kan vara bundna av långa låsta avtal med sina producenter samtidigt som avtalen med köparna kan sägas upp av båda parter med kort varsel. En effekt av de långa avtalen kan bli att en primärproducent under överskådlig tid inte kan byta till en annan förädlare som erbjuder bättre villkor. De långa avtalstiderna låser primärproducenterna under längre tid och kan vara en faktor som bidrar till att minska konkurrensen mellan slakterierna eller konkurrensen mellan äggpackerierna. Givet att förädlarna oftast fastställer priset medför det även att en primärproducent sällan kan konkurrensutsätta det pris denne får för sina produkter. Inom växtodling är den avtalsmässiga konstruktionen att affärer i stället vanligen sker skörd för skörd och relativt stor flexibilitet finns för primärproducenter i vissa branscher, exempelvis potatis, att byta köpare också ganska sent i en avtalsperiod.

2 Bakgrund och syfte

Under 2022 och 2023 skedde kraftiga prisökningar på livsmedel. Mot denna bakgrund initierade Konkurrensverket en bred genomlysning av livsmedelsbranschen för att undersöka om det finns konkurrensproblem i olika delar av livsmedelskedjan och om dessa har bidragit till prisökningarna. Som en del i denna genomlysning undersökte Konkurrensverket under våren 2023 konkurrensen i primärproduktionsledet.⁶ Av granskningen framgick bland annat att primärproducenterna har liten marknadsmakt i förhållande till köpare av sina produkter. Det framkom vidare indikationer på att avtalen med förädlarna bidrar till att primärproducenterna många gånger har begränsade möjligheter att leverera till olika kunder.

Under våren 2023 granskade Konkurrensverket även konkurrensen i äggkedjan.⁷ Granskningen besvarade bland annat om prisökningarna på ägg berodde på bristande konkurrens eller brist på utbud av ägg. I granskningen identifierades bland annat att priserna på ägg förhandlades med olika intervall mellan de olika marknadsleden. Detta kan vid en utbudsminskning, exempelvis till följd av sjukdomsutbrott, medföra att de högre priserna inte går till det led där bristen är som störst. Vid väl fungerande konkurrens ska en prisökning stimulera ökad produktion eller marknadsinträde där bristen och den ökade efterfrågan uppstår.

I båda granskningarna identifierades faktorer, exempelvis utbrett användande av exklusivavtal och att priser omförhandlas sällan, som kan tyda på sämre fungerande konkurrens i flera led i livsmedelskedjan. Mot denna bakgrund initierade Konkurrensverket denna granskning, vars syfte är att undersöka om det i några utvalda sektorer i livsmedelskedjan förekommer avtalsstrukturer eller avtalsvillkor som är hinder för en väl fungerande konkurrens. De sektorer i livsmedelskedjan som granskats är i huvudsak samma som är föremål för granskning i Konkurrensverkets rapport "Stigande matpriser – vart tar pengarna vägen?".⁸ Denna granskning utgår från de livsmedelsförädlare företagens avtal med dels primärproducenterna och dels livsmedelsförädlarnas köpare.⁹

⁶ Konkurrensverket, *Konkurrensen i primärproduktionen*, Analys i korthet 2023:11.

⁷ Konkurrensverket, *Konkurrensen i äggkedjan*, Analys i korthet 2023:9.

⁸ I Konkurrensverkets rapport "Stigande matpriser – vart tar pengarna vägen?", Rapport 2024:3, har följande produktgrupper analyserats: färdigförpackat bröd, kyckling, matolja, ost, potatis, smör och ägg. I denna analys granskas de företag som handlar med dessa produkter.

⁹ Förädlarnas köpare kan bland annat bestå av företag i livsmedelsindustrin, dagligvaruhandelns centrala inköpsorganisationer, dagligvarubutiker, fullsortimentsgrossister, offentliga kunder, rena handelsaktörer, restauranger, restauranggrossister och specialgrossister.

3 Om informationsinhämtningen och begrepp

Konkurrensverket har under hösten 2023 inhämtat uppgifter från ett knappt 20-tal aktörer, varav de flesta utgör livsmedelsproducerande företag. Granskningen har utgått från förädlare inom olika produktionssektorer¹⁰ som köper jordbruksprodukter direkt från primärproducenter¹¹. Detta rör sig bland annat om packerier av ägg, kycklingslakterier, mejerier, spannmålshandlare, spannmålsförädlare, potatispackerier samt frukt- och gröntgrossister. Det rör sig i de flesta fall om förädlade livsmedelsföretag, men i vissa fall aktörer som säljer vidare produkterna utan någon förädling.

Förädlarna har en betydande marknadsställning i sina respektive marknadsled. De knappt 20-tal förädlare vi hämtat in information från hade 2022 en gemensam omsättning på över 30 miljarder kronor på den svenska marknaden. Hur stor marknadsandel respektive aktör har i sitt marknadsled beror på vilken produkt och vilken geografisk marknad som avses samt om det är en inköps- eller försäljningsmarknad som avses. Rent generellt har aktörerna emellertid betydande marknadsandelar på en eller flera produktmarknader.¹² Deras köpare kan i sin tur befinna sig i flera led eller delar av livsmedelskedjan beroende bland annat på vilken grad av förädling produkten kräver innan slutkonsument kan köpa den och vilken grad av bearbetning av råvaran förädlaren själv genomför. I den här granskningen har exempelvis frågan om exklusivavtal granskats både i förhållandet mellan förädlarna och deras leverantörer (primärproducenterna) och mellan förädlarna och deras köpare (grossister, inköpsorganisationer etc.). Att en större del av livsmedelskedjan granskas medför att det går att få en förståelse hur avtalsstrukturer i flera led hänger samman och påverkar konkurrensen.

Samtidigt har det varit nödvändigt att avgränsa granskningen och det är ett urval av sektorer och förädlare som granskningen utgått från. Även om dessa har en betydande omsättning på den svenska marknaden och täcker in hela eller delar av de huvudsakliga produktionsinriktningarna i den svenska primärproduktionen, så kan villkoren och handelsbruket skilja sig åt i dessa sektorer jämfört med andra sektorer. Viss försiktighet behöver därför iakttas vad gäller om slutsatserna i denna analys är giltiga även för andra sektorer.

¹⁰ Kyckling, mjölk, oljeväxter, potatis, spannmål och ägg.

¹¹ Primärproduktion är ett begrepp som används för att beskriva verksamheter på gård eller liknande nivå. Exempel kan vara att odla och skörda grönsaker, föda upp djur före slakt, producera ägg och mjölk, fiska och jaga. Exempel på primärprodukter är spannmål, ägg, mjölk och honung. Primärproduktionen är starten på livsmedelskedjan. Närmare information om begreppet kan läsas på Livsmedelsverkets webbplats: <https://www.livsmedelsverket.se/foretagande-regler-kontroll/regler-for-livsmedelsforetag/primarproduktion>.

¹² Ett exempel: vad gäller mjölk hade de aktörer som information inhämtats från i denna analys en marknadsandel på över 70 procent av total invägd mjölkråvara 2017. Konkurrensverket, dnr 661/2018, s. 21.

De uppgifter som inhämtats är bland annat ett urval av förädlarnas viktigaste leverantörs- och kundavtal och uppgifter om hur affärsrelationer samt handelsbruk ser ut vad gäller både inköps- och försäljningsledet. Konkurrensverket har vidare ställt frågor till flera förädlare som fått ge sin bild av avtalsvillkor, branschpraxis och marknadsstrukturen i den sektor förädlaren är verksam. Det finns således aktörer, exempelvis primärproducenter och köpare till förädlarna, som kan ha en annan uppfattning än den förädlarna i denna granskning gett uttryck för.

Granskningen har fokuserat på avtalsvillkor som förekommer på strukturell nivå i de olika sektorerna som kan medföra en mindre dynamisk konkurrens. Mot denna bakgrund har förekomsten av bland annat olika typer av villkor om exklusivitet mellan köpare och säljare analyserats. Avtal som innehåller denna sorts villkor kallas för exklusivavtal. Exklusivitet kan bestå i att säljaren uttryckligen är förhindrad att leverera samma eller liknande produkter till köparens konkurrenter. De facto-exklusivitet, det vill säga exklusivitet i verkligheten, kan dock uppstå om köparen direkt eller indirekt hotar att sluta köpa från säljaren om denna börjar leverera till någon av köparens konkurrenter, alternativt att leverantören går miste om betydande bonusar om den vänder sig till konkurrenter för delar av sin produktion. Exklusivavtal kan ha både konkurrensfrämjande och konkurrensbegränsande effekter. Om exklusivavtal har konkurrensbegränsande effekt beror bland annat på hur stor del av marknaden som omfattas av avtalet, hur stor del av varje aktörs efterfrågan eller utbud det gäller och hur lång tid avtalen sträcker sig. Ju större andel av marknaden som omfattas av exklusivavtal under lång tid, desto större risk för konkurrensbegränsande effekt genom att marknaden aktörer låses in i befintliga strukturer.

Granskningen har även rört frågan om andra typer av volymåtaganden, det vill säga en skyldighet att leverera eller motta viss volym, och om köparen tar fram prognoser samt i vilken utsträckning dessa är bindande. Granskningen berör också avtalens löp- och uppsägningstider, det vill säga om avtal löper under exempelvis en längre period, om det ser olika ut för olika leverantörer, med hur kort varsel en leverantör exempelvis kan säga upp avtal och byta till annan köpare samt hur detta kan påverka dynamiken inom sektorn. Dessa faktorer kan ha en konkurrensbegränsande effekt under liknande förutsättningar som för exklusivavtal. Därtill har granskats hur priser regleras i avtalen, vem som kan ta initiativ till prispförhandlingar och hur ofta priserna enligt avtalen kan omförhandlas. Detta är intressant då det eventuellt kan förklara hur fördelningen av marginalerna sker mellan del olika leden i livsmedelskedjan i samband med en utbudsbrist.

4 Avtalen mellan primärproducenterna och de förädlade företagen

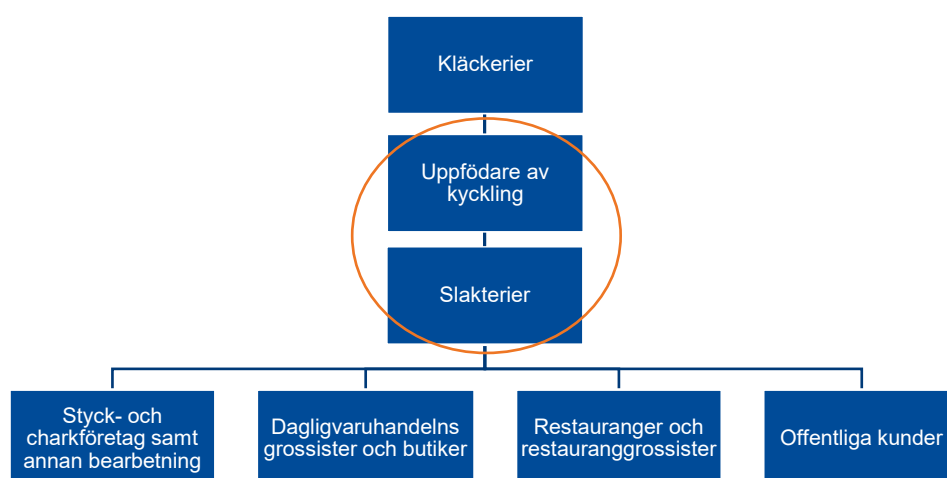
I detta kapitel följer resultatet från uppgiftsinhämtningen vad gäller avtalen och handelsbruk i handeln mellan primärproducenterna och de förädlade företagen. De förädlade företagen i detta kapitel kan exempelvis vara kycklingslakterier, mejerier, potatispackerier, spannmålsförädlare och äggpackerier.

4.1 Kyckling

Marknaden för slaktkyckling i Sverige är relativt koncentrerad. Som medlemmar i branschorganisationen Svensk Fågel fanns under våren 2023 omkring 100 kycklinguppfödare och sex slakteriföretag, varav de tre största är Atria, Guldfågeln och Kronfågel. Det finns dock både slakterier och uppfödare som inte är medlemmar i Svensk Fågel. Produktionen finns framför allt i Mälardalen och söderut och bedrivs ofta av familjegårdar i nära anslutning till spannmålsproduktion. Bruket i sektorn är att slakteriföretag köper in dagsgamla kycklingar från ett kläckeri och tillser att de levereras till uppfödare som sedan under omkring 35 dagar föder upp kycklingarna till slaktstorlek. Vissa slakteriföretag har kläckerier i den egna koncernen, genom vilka man levererar dagsgamla kycklingar till uppfödaren. Slakterierna äger kycklingarna även under tiden de befinner sig hos uppfödarna. Därefter levereras kycklingarna åter till slakteriet och betalas utifrån det pris som slakterierna fastställer efter att ha genomfört en kvalitetskontroll, det så kallade avräkningspriset. I Sverige bedrivs inte någon avelsuppfödning. Det finns ett fåtal aktörer på världsmarknaden från vilka kycklingslakterier köper in de föräldradjur från vilka slaktkycklingar avlas fram.

En förenklad bild över kycklingkedjan illustreras i figur 1 nedan.

Figur 1 Kycklingkedjan



I detta kapitel uppehåller vi oss i det inringade området.

4.1.1 Villkor om exklusivavtal för primärproducenternas produkter

Det har framkommit förekomsten av avtal om exklusivitet vad gäller primärproducenternas, det vill säga uppfödarnas, möjligheter att leverera kyckling till de förädlade företagen, det vill säga slakterierna. Som förklaring har angetts att det inte skulle gå att säkerställa smittskydd om samma uppfödare hade kycklingar tillhörande flera slakterier intill varandra. Slakterierna har framhållit att uppfödarna sällan nämnt frågan om att samtidigt leverera till fler slakterier som något man önskat ändra. Från branschorganisationer som företräder både uppfödare och slakterier har det framkommit att det endast är några få uppfödare i södra Sverige som är belägna på en plats som ger möjlighet att leverera till två eller fler slakterier. Svårigheterna att leverera till olika slakterier beror bland annat på de författningskrav som finns på hur långa transporter av kycklingar till slakterierna får vara. Exklusivitetsåtaganden från slakteriernas sida, således att slakterierna endast får köpa från en uppfödare, förekommer inte utan i normalfallet har ett slakteri flera uppfödare knuta till sig. Däremot kan slakterierna ha åtaganden att ta emot samtlig produktion från uppfödaren.

4.1.2 Volymåtaganden

Uppfödarna har i många fall skyldighet att leverera samtliga slaktkycklingar man erhållit som dagsgamla till slakteriet. Det har påståtts att denna exklusivitet faller sig naturlig, eftersom slakterierna äger kycklingarna även under tiden de befinner sig hos uppfödarna. Slakterierna har å sin sida en skyldighet att ta emot samtliga de kycklingar som slakteriet genom avtal med kläckeri har tillhandahållit uppfödaren för uppfostring. Det har vidare framkommit att slakteriföretag kan göra avsteg från tidigare avtalad mängd kycklingar, bland annat utifrån sin bedömning av förändringar i marknadens efterfrågan. Konkurrensverket har inom ramen för en förvärvsprövning¹³ kunnat konstatera att efterfrågan på färsk svensk kyckling översteg utbudet (av färsk kyckling). Konkurrensverket har inte någon information om att detta ändrats på ett påtagligt sätt efter förvärvet.

4.1.3 Avtals löp- och uppsägningstider

Slakterierna använder standardavtal med sina uppfödare. Till detta kommer bilagor i form av löpande prislistor som reglerar pris och eventuella tillägg. Avtalen löper enligt vad som framkommer under ett eller två år i taget och uppsägningstiderna har omkring motsvarande längd. Det förekommer dock att uppfödare som kontrakteras för första gången har betydligt längre avtalstider. Enligt slakterier är anledningen till längre avtalstider i början att det förbättrar lönsamheten för uppfödarna. Slakterier har vidare uppgett att någon eller några uppfödare per år byter slakteri. Anledningen till byte anges typiskt sett vara att uppfödaren säger sig få bättre lönsamhet hos den man byter till. Generellt sett är dock rörligheten bland uppfödarna

¹³ Konkurrensverket, dnr 52/2016.

låg. Slakterierna har också uppgett att uppfödarna sällan lyfter uppsägningstiden som något man vill diskutera. Från uppfödare har det framhållits att längre avtal behöver förekomma på grund av höga byggnadskostnader för exempelvis nya stallar för kycklinguppfödning.

4.1.4 Priser

Det avräkningspris som betalas till uppfödarna framgår inte av avtalet utan omförhandlas löpande ett par gånger om året.¹⁴ Priset som förhandlas är starkt påverkat av spannmålspriset, och förhandlingar kan ske just i samband med spannmåls-skörden. Förhandlingar sker ofta mellan slakteri och företrädare för alla eller flera av uppfödarna. Under tider med mer volatila priser har förhandlingar kunnat förskjutas eller tidigareläggas. Det har från uppfödare uppgetts att slakterierna har haft viss medvetenhet om att uppfödarna har behövt få ersättning för sina ökade kostnader under de senaste åren, även om medvetenheten skulle kunna bli bättre. Vissa slakteriföretag har rätt att få tillgång till information om uppfödarnas faktiska kostnader under förhandlingarna.

4.1.5 Övriga iakttagelser

Slakteriföretagen har visst inflytande på vilket foder uppfödarna får använda även om det inte nödvändigtvis medför att köparna måste köpa av en viss aktör. Enligt vad som framkommit både i samtal med uppfödare- och slakteriaktörer är uppfödarna vid val av slakteri påverkade av geografiska faktorer, såsom hur kort eller långt man får eller måste transportera djur eller foder. Uppfödarna finns i allmänhet i nära anslutning till spannmålsproduktion – kyckling beskrivs i vissa sammanhang som vidareförädling av spannmål. Gården får med anledning av djurtransportregelverk inte heller vara belägen för långt bort från slakterierna. Oaktat eventuella begränsningar i avtalen mellan slakterier och uppfödare kan det därmed ändå vara praktiskt eller lönsamhetsmässigt svårt att byta köpare. Detta har även framkommit under tidigare undersökningar.

4.2 Ägg

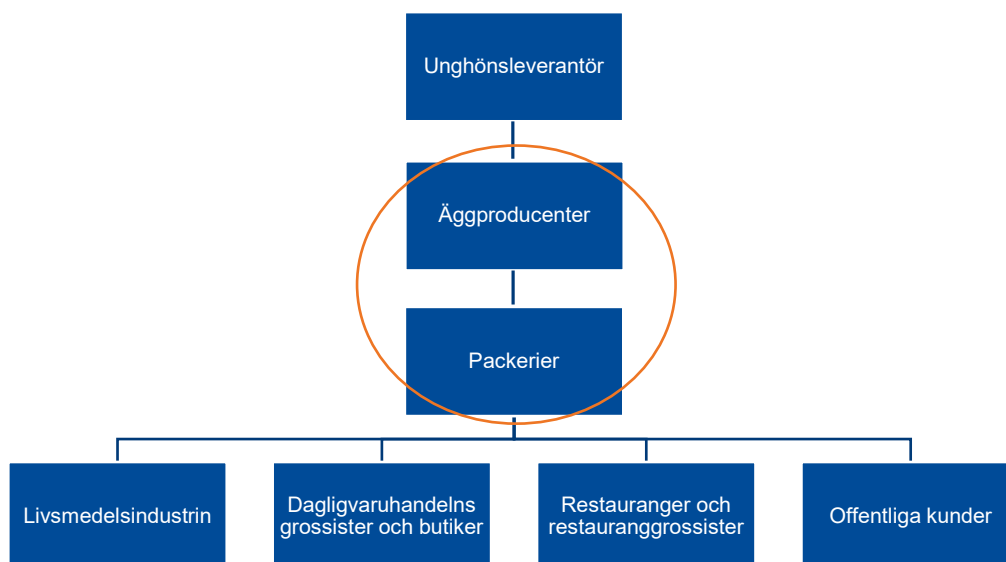
Handelsbruket i äggkedjan kan beskrivas som följer. Primärproducenter, det vill säga äggproducenter, köper in 16 veckor gamla hönor från en unghönsleverantör, föder sedan upp dem i 70–80 veckor och producerar under denna tid ägg som levereras till ett förädlade företag, det vill säga äggpackeri. Det hela fortlöper kontinuerligt och efter en omgång sker en ny omgång. Äggpackeriet tvättar, packar och levererar sedan ägg vidare. Ägg levereras oftare än andra livsmedelsprodukter direkt från primärproducent till butik, eftersom de inte kräver någon behandling.

¹⁴ Ofta i form av procentuella förändringar på det tidigare priset.

Det finns ett fåtal större äggpackerier i Sverige, vilka hanterar omkring 80 procent av all äggproduktion. Det finns omkring 330 äggproducenter och cirka 100 av dessa har eget äggpackeri. Omkring 130 företag har packeritillstånd hos Livsmedelsverket. Marknaden präglas av att det finns en stor äggproducent som står för ungefär 20 procent av marknaden och detta har medfört att det vanligtvis finns överskott på ägg. Denna aktör har dock haft problem med sjukdomsutbrott, bland annat salmonella, vilket påverkar utbudet av ägg. Den svenska marknaden har därför sedan en tid tillbaka inte kunnat möta den efterfrågan som finns. Även på europeisk nivå har det, bland annat på grund av sjukdomsutbrott, varit en så låg produktion att efterfrågan på ägg inte har kunnat mötas. Detta har varit en bidragande faktor högre priser på ägg.

En förenklad bild över äggkedjan illustreras i figur 2 nedan.

Figur 2 Äggkedjan



I detta kapitel uppehåller vi oss i det inringade området.

4.2.1 Villkor om exklusivavtal för primärproducenternas produkter

Det förekommer ofta exklusiva leveransavtal mellan packerierna och äggproducenterna. Det förekommer även uttryckliga förbud mot att sälja ägg direkt i konkurrens med det aktuella packeriet. Många gånger förekommer dock undantag för mindre småskalig gårdsförsäljning direkt till konsument. Många äggproducenter använder sig av denna möjlighet, även om de också begränsas av att mer storskalig gårdsförsäljning direkt till konsument kräver att företaget har packeritillstånd hos Livsmedelsverket. Det förekommer dock undantag där producenter har rätt att sälja större andelar av sin produktion till andra. Konkurrensverket har inom ramen för tillsynsärenden noterat att exklusiviteten då kan avse ett djurbestånd i ett stall och att producenter med fler stallar då kan ha avtal med fler packerier.

Packerier har angett att äggproducentens leveransåtagande typiskt sett gäller ett aktuellt antal honor och att denne inte är förhindrad att leverera ägg utöver dessa till en annan köpare. Packerierna upplever inte att det föreligger missnöje hos producenterna angående exklusiviteten som sådan men att definitionen om hur stor omfattning man får sälja till annat håll kan medföra diskussion. Från producenthåll har det dock förts fram att kontakten medför att det är svårare att byta till det packeri som betalar bäst. Någon exklusivitet från packeriers sida, det vill säga krav att endast köpa från samma äggproducent, har inte framkommit. Det ska tilläggas att det förekommer att packerierna har en mottagningsplikt av samtliga ägg som producenten producerar och producenterna har därför en garanterad köpare för hela sin producerade volym under avtalstiden.

4.2.2 Volymåtaganden

Äggpackerierna tycks i vissa fall ha skyldighet att köpa ägg från ett visst antal hönsplatser. I andra fall åtar sig packeriet att köpa samtliga ägg från ett visst stall. Det förekommer dock möjligheter att göra undantag och möjligheter för det köpande packeriet att på olika sätt kontrollera en producents produktionsmängd allteftersom. Dessa typer av åtgärder har uppgetts ske sällan, i specialfall.

4.2.3 Avtals löp- och uppsägningstider

Äggpackerierna använder framför allt skriftliga avtal. Muntliga avtal finns enligt packerier i allmänhet när äggproducenten vill ha det. Uppsägningstiderna är långa och det kan röra sig om årslånga avtal med uppsägningstid på upp till ett år. Packerier har angett att äggproducenters rörlighet har ökat för vissa packerier under senare år men varit oförändrat hos andra. Packerierna har även framfört att producenterna har förhållandevis stor marknadsmakt eftersom möjligheten att leverera till olika packerier är hög. Det har från packeri uppgetts att marknadsdynamiken under de senaste två åren har förändrats märkbart då äggproducenters möjlighet att byta packeri har ökat. Från producenthåll har emellertid förts fram att det finns svårigheter att byta packeri på grund av att producenterna sitter fast i avtalen.

4.2.4 Priser

Priset på äggproducenternas ägg sätts av packerierna. En så kallad marknadsbaserad prismodell används och priset kan då bli beroende av vilka försäljningspriser packeriet får i nästkommande led, försäljningskanaler och volym. Priser sätts på olika sätt men det tycks vara vanligt att samtliga producenter som utgångspunkt får samma pris eftersom de anses ha ungefär lika höga produktionskostnader. Däremot kan det finnas pristillägg för producenter med vissa produktionsfördelar.

Under 2023 höjdes priset till vissa äggproducenter tre till fyra gånger. I vanliga fall brukar prisändringar ske ett par gånger per år men har också kunnat ske oftare. Från tillsynen enligt lagen (2021:579) om förbud mot otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter har Konkurrensverket erfarenhet av att ett av de större packerierna under 2022 införde ett så kallat marknadsjusterat pris som medförde att priserna gentemot de kontrakterade äggproducenterna justerades ofta och utifrån äggpackeriets egen försäljning.¹⁵ Faktorer som handelns upphandlingar på marknaden och kriser såsom salmonellautbrott och fågelinfluensa påverkar också eventuella prisändringar.

4.2.5 Övriga iakttagelser

Packerier har ibland inflytande över vilket foder och typ av höna som producenter använder. Anledningen anges vara att det är viktigt att packerierna känner till vilken typ det är då de lägger olika ägg. Leverantörerna är dock fria att köpa foder från vilken leverantör de vill.

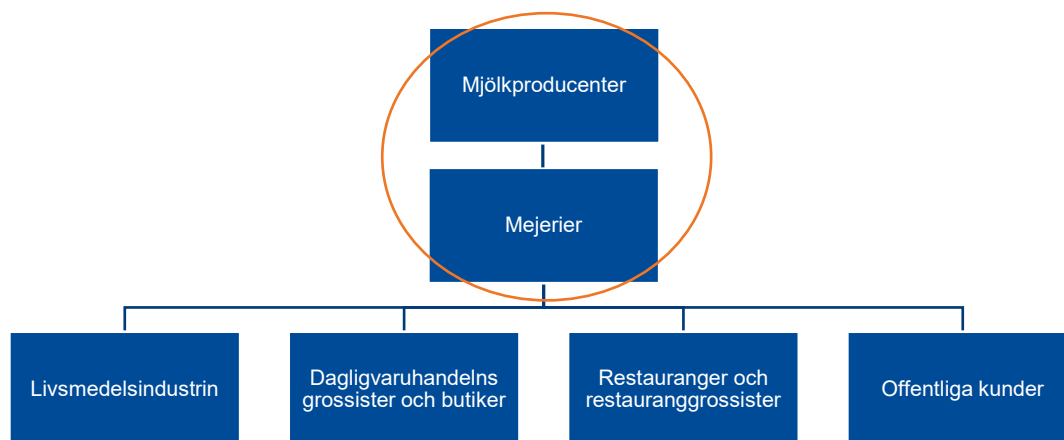
4.3 Ost och smör

Det finns omkring 150 förädlare inom ost och smör i Sverige. Trots mängden kännetecknas marknaden av ett fåtal framträdande aktörer som gemensamt svarar för en stor del av inköpen av svensk mjölkråvara från mjölkproducerande primärproducenter (mjölkföretag). En större aktör, Arla, utmärker sig genom att inneha en betydande marknadsandel. Andra större mejerier är Falköpings mejeri, Norrmejerier och Skånemejerier. Trenden med färre och större mjölkföretag fortsätter. I dag finns det omkring 3 000 mjölgårdar och 300 000 mjölkkor i Sverige. Utvecklingen har gått mot färre mjölkproducerande företag samtidigt som antalet djur per företag blir fler. Sverige är självförsörjande på mjölkprodukter till omkring 70 procent. Kedjan ser ut som så att mejeriföretagen, som i allmänhet är organiserade i föreningsform, köper mjölkråvara från mjölkproducenter som med mycket få undantag är medlemmar i föreningen, och sedan förädlar den och säljer vidare till kunder. Mjölkproducenterna är i allmänhet alltså både leverantörer till och ägare av sitt mejeri. I ett fall, Skånemejerier, är föreningen inte ägare av mejeriföretaget utan har ett leveransavtal, enligt vilket den säljer mjölkråvara vidare till mejeriföretaget.

¹⁵ Konkurrensverket, dnr 739/2022.

En förenklad bild över mejerikedjan illustreras i figur 3 nedan.

Figur 3 Mejerikedjan



I detta kapitel uppehåller vi oss i det inringade området.

4.3.1 Villkor om exklusivavtal för primärproducenternas produkter

Ingen mejeriförening har uppgett att de har exklusivavtal enligt vilket medlemmarna (mjolkproducenterna) inte alls får leverera till någon annan köpare. Mejerierna har dock med vissa möjligheter till undantag mottagningsplikt, vilket beskrivs närmare i det följande avsnittet.

4.3.2 Volymåtaganden

Mejeriföreningarna har olika nivåer av leveransplikt för medlemmarna, det vill säga mjolkproducenterna. Typiskt sett har medlemmar rätt att undanta en viss procent-sats av den producerade volymen mjölkråvara på årsbasis för försäljning till annan än mejeriet, under förutsättning att medlemmen inom ett visst antal månader anmäler att så kommer att ske, så kallade splitleveranser. I flera fall kan medlemmar bli skyldiga att erlagga skadestånd till föreningen vid stadgebrott, vilket exempelvis kan röra brott mot leveransplikten. Viljan att splitleverera är enligt mejeriernas uppfattning inte speciellt vanligt förekommande. Det finns ofta krav på kommunikation med mejeriet. Exempelvis kan medlemmar vara skyldiga att med ett visst antal månaders framförhållning anmäla till mejeriet varje stor förändring av leverans av mjölkråvara. Hos andra är förändringar i levererad volym mjölk fritt förut-satt att de anmäls till föreningen ett visst antal månader i förväg. Mjolkproduc-enterna måste hos vissa även kontakta mejeriet vid planer på nybygge, ombyggnad och/eller ny produktionsplats.

Det finns ofta en möjlighet att leverera viss mindre mängd till eget gårdsmejeri. I princip alla mjölkproducenter levererar dock enligt vad som framkommit till ett externt mejeri. Det har angetts att gårdsmejerier har visat sig vara kostnadsineffektiva, svåra att få lönsamma och att lantbrukare inte har råd med den utrustning som behövs. De mjölkproducenter som har egna mejerier beskrivs ofta vara små aktörer.

Mejerierna har genomgående som utgångspunkt mottagningsplikt gentemot medlemmarna. Plikten innebär att mejeriet är skyldigt att ta emot all mjölk från medlemmarna i mejeriföreningen. Mottagningsplikten kan dock i vissa fall begränsas, exempelvis om föreningen bedömer att marknadsläget är sådant att föreningen inte kan få tillräckligt bra villkor för vidareförsäljning av mjölkleveranser. Alternativt kan föreningen besluta att lägre pris ska betalas ut.

4.3.3 Avtals löp- och uppsägningstider

Det är i allmänhet stadgarna som reglerar uppsägningstider för medlemmarna. Från vissa mejerier kan utträde ske endast vid årsskifte och detta måste begäras flera månader innan önskat utträde. Andra mejeriföreningar har längre uppsägningstid.

Ekonomiska föreningar har ingen absolut plikt att ta emot nya medlemmar. Föreningar har till Konkurrensverket angett att få nya medlemmar ansluter sig till dem, och att det oftast sker med anledning av arvsskiften på gårdar. Nya medlemmar måste i allmänhet godkännas av föreningsstyrelsen. Det har framkommit att om antagande av ny medlem exempelvis medför att föreningen inte på ett tillräckligt lönsamt sätt kan avsätta inlevererad mjölk, kan vissa föreningar vägra den sökande inträde som medlem. Vissa föreningar anger dock att de inte har en skyldighet att ta emot nya medlemmar varken inom eller utom upptagningsområdet men att de generellt inte nekar nya medlemmar om det inte finns skäl till detta. Regler som begränsar intag av nya medlemmar finns eftersom mejerier kan ha ett begränsat upptagningsområde och att man av logistiskäl inte kan ha medlemmar som befinner sig långt bort geografiskt. Med anledning av detta har det enligt föreningar tidigare förelegat en form av regionalt monopol. Konkurrensverkets uppfattning från förvärvsprövningar är att det alljämt finns geografiska begränsningar som i princip medför att det inte råder någon konkurrens om mjölkproducenterna i vissa områden i Sverige.

Andra föreningar anger att man under 2023 har fått nya medlemmar, och bland dessa några som aldrig tidigare producerat mjölk. Generellt har antalet medlemmar blivit färre men gårdarna större. En ny medlem kan även vara en mjölkproducent som redan är medlem och som köper ytterligare en gård. Vissa föreningar har fått tillbaka mjölkproducenter som tidigare har levererat till andra, med anledning av den pressade marknaden. Vissa föreningsägda mejeriföretag har även direktleverantörer utöver föreningens medlemmar.

4.3.4 Priser

Priset på mjölkråvara till mjölkproducenter styrs enligt vad som angetts utifrån priset på smör och skummjörkspulver i Nederländerna och Tyskland. Arla, som är marknadsledande i Sverige, sätter i allmänhet sitt pris utifrån världsmarknadspriset och mindre mejeriaktörer förhåller sig till detta. Priset kan justeras månadsvis men så sker inte nödvändigtvis. Priset har varit volatilt exempelvis under våren 2023 men mejerierna beskriver att det i dag är mer stabilt. Mejerier kan följa marknadspriset direkt eller med viss fördröjning. Primärproducenterna får samma grundpris, men den slutliga ersättningen kan påverkas av olika tillägg, exempelvis ett logistik-tillägg om det levereras stora volymer mjölk. Typiskt sett får också producenten först ett literpris i samband med leverans och sedan någon form av efterutdelning beroende på mejeriets resultat.

Med anledning av kooperativformen sker typiskt sett inte regelrätta prissförhandlingar med mjölkproducenterna utan det är ofta styrelsen som bestämmer den avräkningsmodell som medlemmarna har att förhålla sig till. I många fall får alla medlemmar i föreningen samma pris men det kan bli aktuellt med avdrag eller tillägg för kvalitet eller volym.

4.3.5 Övriga iakttagelser

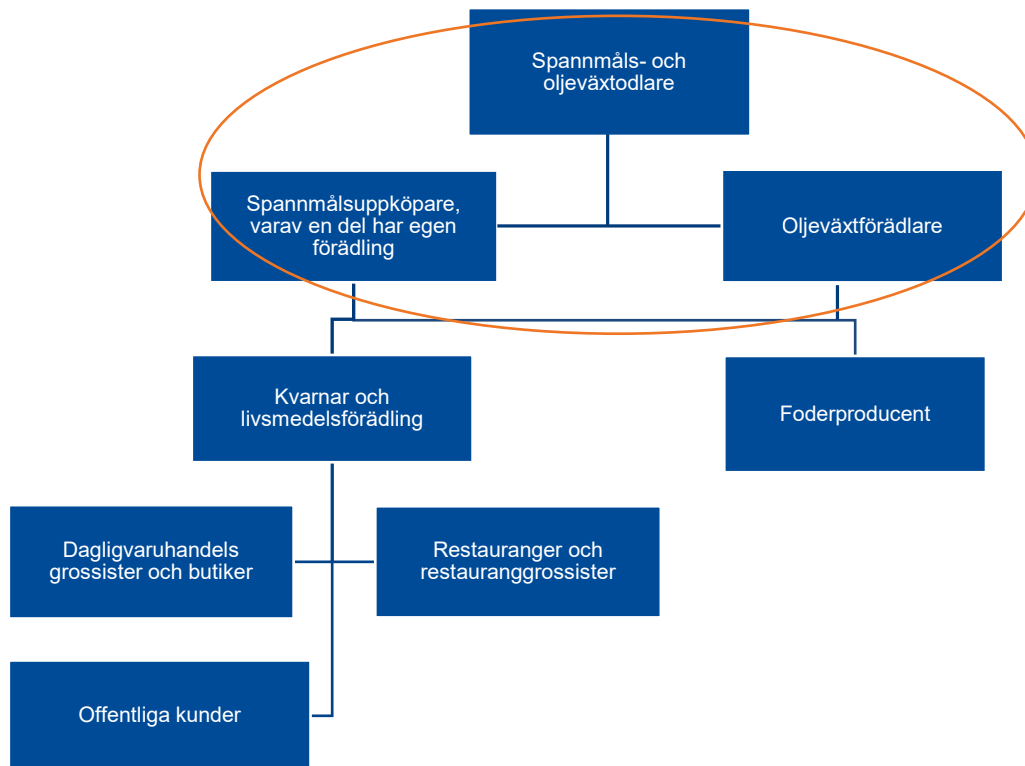
Mejerierna ställer enligt vad som framkommit inte krav på särskilda foderleverantörer för sina medlemmar även om de i flera fall kräver att det är godkänt hos Jordbruksverket. Medlemmarna bedriver enligt vad som framkommit sina verksamheter självständigt och vissa samverkar också genom andra föreningar. I övrigt kan noteras att medlemmar vid inträde ofta måste betala någon form av insats, som man har rätt att återfå vid utträde. Det bör även noteras att det finns stora skillnader i ekonomiska förutsättningar mellan mejeriföretagen. Detta kan i sin tur påverka medlemmarnas möjligheter och utmaningar inom sektorn på olika sätt.

4.4 Bröd och matolja

Den svenska handeln med både spannmål och oljevaxter ingår i en global marknad. Spannmålet går bland annat till brödproduktion medan oljevaxter kan gå till produktion av matolja. Det finns ett stort antal producenter av både spannmål och oljevaxter i olika storlekar men få handlande och förädlade aktörer. År 2021 var antalet företag som odlade spannmål 21 461 medan köparledet domineras av fyra stora aktörer. Det finns egentligen endast en större aktör som köper och själv förädlar produkter, medan ett par andra större köpare endast är verksamma inom vidareförsäljning av skördat spannmål och skördade oljevaxter. När det gäller oljevaxter domineras köparledet av en aktör medan minst 3 600 företag är verksamma inom primärproduktion, enligt antalet medlemmar i branschföreningen Sveriges Frö- och Oljevaxtodlare.

En förenklad bild över spannmåls- och oljeväxtkedjan illustreras i figur 4 nedan.

Figur 4 Spannmåls- och oljeväxtkedjan



I detta kapitel uppehåller vi oss i det inringade området.

4.4.1 Villkor om exklusivavtal för primärproducenternas produkter

Exklusivavtal förekommer enligt vad som framkommit inte vid primärproducenters försäljning av spannmål och oljeväxter till handlande eller förädlare aktörer. Däremot finns det ofta i olika prissäkringsavtal en överenskommelse om att viss volym ska levereras inom ramen för avtalet. Producenterna har rätt att sälja råvaror till fritt antal kunder, från en avtalsperiod till en annan men även under samma avtalsperiod. Detta gäller även för producenter som är medlem i kooperativ. Producenter som är medlemmar i spannmålskooperativ har dock incitament att sälja till kooperativet i och med att man som medlem får en sorts utdelning baserat på inköp från och försäljning till kooperativet. Avtalsstrukturerna består ofta av allmänna och särskilda villkor, vilka beskriver de olika typer av enskilda avtal som kan ingås med varje odlare, till exempel odlingsavtal, inlagringsavtal och inköpsavtal med fastpris. De enskilda avtalen är kortfattade och innehåller för de flesta bara avtalstyp, volym, pris och leveransställe. Både allmänna villkor och särskilda villkor är en del av inköpsavtalet. Enligt vad som framkommit finns viss dynamik i sektorn då vissa primärproducenter återkommande levererar till samma köpare medan andra varierar. Anledningen till att vissa producenter återkommer som leverantörer även när priset som en viss köpare betalar varierar kan enligt de

tillfrågade företagen vara logistikfördelar – att köparen exempelvis har en kvarn belägen nära odlaren – och även i viss mån att odlaren känner en lojalitet mot köparen. Den yngre generationen beskrivs dock som mer priskänslig och tvekar inte på samma sätt inför att byta i fall de hittar bättre pris någon annanstans.

4.4.2 Volymåtaganden

Avtalen som används i branscherna har liknande upplägg med volymåtaganden som gäller för en viss period (exempelvis skördeperiod eller lagerperiod). Om leverantören inte levererar volym enligt avtalet har köparen rätt till ersättning. Det medför enligt vad som framkommit att vissa primärproducenter av riskminimeringskäl avstår från att avtala om sin totala odlingskapacitet. Hur ersättningen beräknas varierar beroende på den avtalstyp som parterna har valt. För att minska risken vid sämre kvalitet kan leverantörerna välja att prissäkra delar av skörden.

4.4.3 Avtals löp- och uppsägningstider

Avtal för inköp av spannmål och oljeväxter tecknas under kortare perioder, såsom skörde- eller lagerperiod. Odlare kan ha upp till fyra olika avtalsperioder per år. Parterna avtalar typiskt sett inte om uppsägningstid.

4.4.4 Priser

Pris bestäms inför varje avtalsperiod, således upp till fyra gånger per år. Priserna påverkas av faktorer såsom köparens försäljningspriser i nästa led, kostnader för transport, el samt den globala indexen från spannmålsbörsen Matif. Prissättningen föregås enligt vad som framkommit inte av förhandling utan köparen kommunicerar sina priser till spannmåls- och oljeväxtodlarna. De senare kan i sin tur acceptera offerten och ingå avtal eller välja att avtala med en annan köpare.

För spannmål finns olika prismodeller som en primärproducent kan välja mellan. Lantmännen erbjuder exempelvis primärproducenter fem olika modeller för att spannmålsprisavtal: terminsavtal, poolavtal, spotavtal, depåavtal och spontanleverans. Avtalen innehåller olika grader av finansiella riskinslag vilket medför att primärproducenten kan välja en modell efter den risk som den är villig att ta. Det förekommer även så kallade värdefördelningsklausuler där primärproducenten får ta del av värdeutveckling- eller värdeminskning som sker vid efterföljande handel med produkten. Konkurrensverket har i ett ärende enligt lagen om förbud mot otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter granskat om prissättningen i en värdefördelningsklausul var tillräckligt transparent.¹⁶

¹⁶ Konkurrensverket, dnr 3/2022.

4.4.5 Övriga iakttagelser

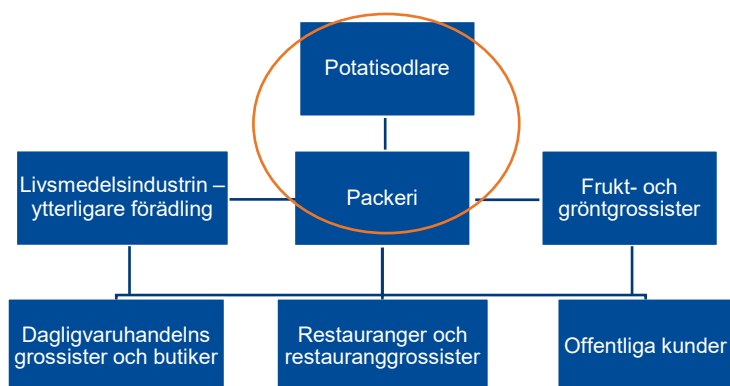
Spannmåls- och oljeväxtsektorn är i hög grad väderberoende. Som en konsekvens av detta är produktionens volym och kvalitet ofta oförutsebara och aktörerna måste hitta lösningar för att hantera denna risk. Aktörer har skapat olika avtalsupplägg för att kunna sprida risker både mellan parterna men också under hela året. Utöver detta har även framkommit att logistiken spelar en stor roll när aktörer överväger att ingå avtal med andra. Transport av spannmål och oljeväxter kräver att producenterna har anpassade lastbilar men även tid och arbetskraft att hantera transporten, ibland mitt i skörden. Detta kan utgöra en utmaning och medföra höga kostnader för producenterna med hänsyn till de stora volymerna. Om en producent kan minska sina leveranskostnader genom att sälja spannmål eller oljeväxter till en köpare som har ett nära beläget lager kan leverantören därför välja denna köpare även om den inte erbjuder de bästa priserna. På så sätt kan logistiken påverka att primärproducenter säljer till nya eller olika aktörer i sektorn. Slutligen kan vissa producenter som har levererat spannmål till samma aktör i decennier av lojalitet välja bort att sälja till en annan kund oavsett om den har bättre priser. Ett sådant beteende kan också påverka konkurrensen inom spannmåls- och oljeväxtsbranscher utan att detta direkt följer av en särskild avtalsstruktur. Det kan noteras att nästan hela produktionen av oljeväxter i Sverige säljs till en enda förädlare aktör, AAK AB.

4.5 Potatis

Potatis odlas framför allt i södra Sverige. Skörden av potatis levereras till ett potatispackeri som rensar, tvättar och säljer den vidare till dagligvaruhandelns grossister. Det finns omkring 500 kommersiella potatisodlare i Sverige och de flesta odlar även andra grödor. Det finns även omkring 150 packerier varav ett hundratal är större odlaraktörer som både odlar och packar själva innan de levererar potatisen vidare. Det förekommer både företag och föreningar som köper från odlarna eller medlemmarna, och tillvägagångssätten och villkoren skiljer sig. Förädlingen består, utöver sortering eventuellt inklusive tvätt och skalning, generellt av potatis som fryses in, potatis för stärkelseändamål och för chipsproduktion.

En förenklad bild över potatiskedjan illustreras i figur 5 nedan.

Figur 5 Potatiskedjan



I detta kapitel uppehåller vi oss i det inringade området.

4.5.1 Villkor om exklusivavtal för primärproducenternas produkter

Exklusivavtal förekommer oftast inte, utan producenterna är bundna att leverera en viss mängd per överenskommelse och har ofta flera kunder samtidigt. Undantag är när försäljningar sker till den förening odlaren är medlem i. Då finns en hög leveransplikt avseende odlarens potatis (lägre nivåer gäller för andra grödor) och som medlem finns tydliga förbud mot att bedriva konkurrerande verksamhet. Köparen, exempelvis ett packeri, har i dessa fall också mottagningsplikt för all odlarens potatis. Det finns inte många aktörer som hanterar potatis. Om man byter köpare och träder ur föreningen har det angetts att det även kan påverka framtida försäljning av andra grödor då de flesta potatisodlare har ett blandjordbruk. Det kan dock förekomma viss exklusivitet om odlaren har en specialodling av en särskild sorts potatis till ett packeri.

4.5.2 Volymåtaganden

Volymåtaganden utifrån exempelvis ramavtal är sällan förekommande i potatissektorn. Vad parterna förbinder sig till bestäms från skörd till skörd. Ofta sker inledningsvis en muntlig överenskommelse mellan odlare och packeri, som sedan bekräftas eller justeras när skörd närmar sig. Odlaren har ingen skyldighet att leverera och muntlig överenskommelse kan i ett senare skede avbrytas. Åtaganden om volym beskrivs huvudsakligen styras av ett ömsesidigt förtroende.

4.5.3 Avtals löp- och uppsägningstider

I sektorn förekommer få skriftliga avtal – praxis är muntliga överenskommelser per skörd och odlare. Packerier har angett att odlarna själva önskar ha det så och att sektorn inte är mottaglig för pappersarbete. Det finns således inte heller några reglerade uppsägningstider. Överenskommelserna löper typiskt sett något år i taget och förnyas enligt uppgift ofta. Att odlare slutar leverera potatis uppges i första hand bero på att gårdar sålts till någon som inte avser att odla potatis. Standardavtal används enligt vad som framkommit inte. Odlarna kan trots tidigare muntlig överenskommelse med ett packeri i ett senare skede även avbryta och flytta affären till annan, exempelvis om det uppstår brist och man får bättre pris av annan. Det är först när odlare och packeri bestämt pris, någon vecka innan leverans, som leveransskyldighet uppstår. Detta innebär också att odlarna som huvudregel står risken för förstörda skördar.

När odlarna har ett samarbete inom ramen för en odlarförening ligger stadgarna till grund för affärsvillkoren och det förekommer inte särskilda odlaravtal med medlemmarna. Medlemskap kan som det förstås upphöra vid ett tillfälle per år och odlaren måste meddela utträde några månader innan detta. Något annat som kan påverka möjligheterna att byta köpare är möjligen att man som ny medlem betalar en obligatorisk insats om maximalt ett prisbasbelopp.

4.5.4 Priser

Packerier anger att marknaden styr prissättningen av potatis. Uppfattningen är att vid ökad efterfrågan på potatis så ökar primärproducenternas ersättning för såld potatis i motsvarande mån. Motsvarande gäller vid minskad efterfrågan, det vill säga går marknadspriset ner så får odlaren mindre betalt. Pris påverkas i stor utsträckning även av exportmarknaden. Många matpotatisodlare beskrivs vid prissättning utgå från en sammanställning av den senaste tidens priser som en branschförening förmedlar. Det sker stora prisfluktuationer och under året äger för matpotatis tre till fyra prisdiskussionstillfällen efter nya inventeringar rum. Vissa odlare har som nämnts egna packerier och dessa är oftast lokalt placerade. Det förekommer även att odlare tillsammans äger egna packerier. Detta förändrar inte förhandlingssituationen men kan bli en marknadsfaktor då de kan leverera direkt till butik. I de större städerna är det oftast grossister som levererar då det blir logistiskt komplext för en packande odlare. Det finns också odlare som har fastprisavtal, vecko- eller dagspris.

Vissa köpare tar i stället en fast procentuell avgift för vidareförsäljning och odlarna kan då betalas ett snittpris av vad som säljs vidare. Pris diskuteras också individuellt med odlaren och då handlar det främst om vad för pris som krävs för att täcka rörliga kostnader. Odlarna har skyldighet att dela med sig av mycket information om sin produktion.

4.5.5 Övriga iakttagelser

I vissa fall levererar packeriet även utsäde till odlaren, men odlaren har möjlighet att köpa från annat håll och är inte heller skyldig att sälja tillbaka den färdiga potatisen till den aktör som sålt utsädet. Det anges inte heller påverka priset om man väljer att köpa utsäde från annan.

Det har vidare beskrivits att potatisodlare befinner sig på en liten marknad med affärsrelationer som byggts under lång tid. Odlarna är ofta trogna den de levererar till för att inte riskera att tappa sin kund. Om en odlare väljer att inte sälja till den köpare man tidigare sålt till kan det innebära konsekvenser nästkommande år. Det beskrivs således medföra en risk att byta kund även om det är tillåtet.

5 Avtalen mellan förädlade företag och deras kunder

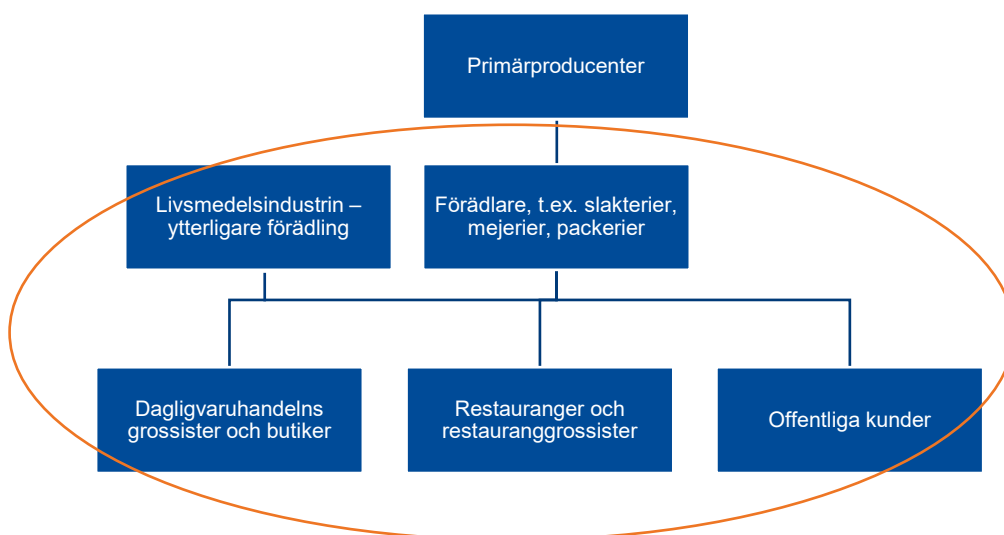
Detta kapitel behandlar samtliga de sektorer som granskas i analysen och lyfter som utgångspunkt upp resultat som framkommit på ett övergripande plan. I vissa fall förekommer även uttalade branschspecifika uppgifter. Konkurrensverket har valt att redovisa resultatet på detta sätt då de flesta sektorer är relativt koncentrerade i både förädlingsledet och det huvudsakliga köparledet.

Granskningen berör i första hand de avtal som finns mellan de förädlade företagen och deras kunder. Det förekommer även uppgifter från intervjuer med de förädlade företagen om bland annat marknadssituationen i deras sektor. Det ska noteras att det inom ramen för denna analys inte varit möjligt att låta aktörer i andra marknadsled bemöta det som framkommit i intervjuerna utan det är synpunkter från de förädlade företagen som framkommit. Bilden kan således skilja sig åt mellan olika aktörer och marknadsled och resultatet ska läsas med detta i åtanke.

De tillfrågade förädlade företagen levererar enligt vad som framkommit i huvudsak till dagligvaruhandelns centrala inköpsorganisationer och till restauranggrossister och annan foodservice-verksamhet. Vidare säljer flera även direkt till dagligvarubutiker inom de olika dagligvarukedjorna. Det förekommer även olika grader av vertikal integration och olika organisatoriska upplägg vilket bland annat innebär att det förekommer att kooperativa föreningar säljer till externa kunder eller till ett eget aktiebolag som i sin tur står för försäljningen till nästkommande led.

En förenklad bild över livsmedelskedjan illustreras i figur 6 nedan.

Figur 6 Livsmedelskedjan



I detta kapitel uppehåller vi oss i huvudsak de inringade leden.

5.1 Exklusivavtal

Uttryckliga villkor om exklusivitet förekommer generellt sett inte i de undersökta avtalen mellan de förädlade företagen och deras köpare. De förädlade företagen är därmed inte hindrade i avtal att ingå affärsrelationer med andra köpare. Av vad som framkommit har köparna en motsvarande rätt att köpa från vem den vill. Inte heller har det framkommit att man enligt avtal vid brist måste prioritera en särskild kund eller kundgrupp. Det förekommer dock att förädlingsföretag måste garantera exempelvis "obegränsad" leverans till kund eller att förädlingsföretaget har krav på sig att med kort varsel leverera över 95 procent av de beställda produkterna. Det finns emellertid något enstaka exempel på att dagligvaruhandelns centrala inköpsorganisationer har exklusivavtal med ett potatispackeri. Lokala potatisodlare får i detta fall leverera till fristående butiker men behöver då betala en avgift till potatispackeriet.

Även om uttryckliga exklusivitetsvillkor oftast inte förekommer i detta led har det likväl framkommit att det kan finnas svårigheter för förädlingsföretagen att i praktiken bibehålla, utveckla eller skapa nya affärsförhållanden med andra kunder utöver dagligvaruaktörernas centrala inköpsorganisation. Förädlingsföretag har uppgett att villkor rörande detta inte anges i avtalen men att kunder indirekt kan framföra det i samtal med företagen. Dagligvaruaktörernas centrala inköpsorganisation kan exempelvis uttrycka missnöje, begära att sådana direktförsäljningar ska avslutas eller vidta åtgärder som att dra ned inköpsvolymen eller sluta handla helt om förädlingsföretaget säljer varor direkt till enskilda butiker i stället för till den centrala grossistfunktionen.

Förädlingsföretag i andra branscher har emellertid angett att man inte hindrats att handla med annan kund än de stora dagligvaruaktörernas centrala inköpsorganisation. Vissa företag har också framfört att de har en god relation och dialog med sina kunder även om det alltid är tuffa förhandlingar.

5.2 Volymåtaganden och prognoser

I allmänhet är avtalen gentemot de större köparna¹⁷ utformade på det sättet att det i botten återfinns ett generellt ramavtal enligt vilket köparen kan lägga beställningar. I dessa avtal finns det i regel inte några volymåtaganden från köparna och inte heller någon avtalad skyldighet för det förädlade företaget att leverera viss volym. Köparna har möjlighet, men inte skyldighet, att lämna prognoser till leverantörerna. Dessa är inte bindande och medför inte någon särskild rättighet för leverantören. De större köparna ställer dock generellt mycket höga krav på de förädlade företagen avseende leverans av det som slutligen beställs, med risk för skadestånd eller liknande om det inte uppfylls.¹⁸ Om beställningen skulle bli betydligt större än

¹⁷ De större köparna utgörs exempelvis av dagligvaruhandelns centrala inköpsorganisationer och grossister som vänder sig till restauranger och/eller offentlig sektor.

¹⁸ Likt övriga branscher är servicegraden 98 procent.

prognosen förekommer, dock inte i de flesta fallen, prestationslätnader eller att leverantören får rätt att säga upp avtalet. Det har framkommit att prognoserna från köparna kan vara av varierande kvalitet och att leverantörer här upplever sig stå en risk – antingen att behöva sälja ut överskott till underpris eller att betala vitesavgifter. Det framgår även av de granskade avtalen att det ofta föreligger regler rörande hur stor del av sin hållbarhetstid produkten ska ha kvar vid leverans.

Vissa förädlingsföretag har dock angett att man har förhandlingsutrymme vad gäller prognoser och volymer. Man har då inte några volymåtaganden utan utgår från egen prognos, något som enligt vad framkommit fungerar väl. Det förekommer också fall där volymåtaganden som framgår i avtal anses vara fördelaktigt för säljaren på grund av logistiska aspekter. Inom vissa branscher har det generellt framförts att förädlingsföretagen och deras köpare har en god relation, att förhandlingssystemet fungerar väl samt att det finns möjlighet till dialog med kunderna om exempelvis leveransproblem uppstår.

Det finns även branscher där strukturen med ramavtal inte används och volymåtaganden förekommer. Vad gäller exempelvis oljevaxter åtar sig parterna att leverera eller köpa en viss volym per skörd eller skördeår.

5.3 Avtalens löp- och uppsägningstider

Ramavtalen löper med vissa undantag typiskt sett utan tidsbegränsning och har ofta några månaders uppsägningstid. Uppsägningstiderna tenderar att vara kortare i detta led än i ledet innan, det vill säga mellan primärproducent och förädlade företag. Även i fall med långa avtal har förädlingsföretag uppgett att det skulle ta lång tid för kunden att ställa om till annan leverantör, så viss trygghet bedöms ändå finnas för förädlaren. Inom vissa branscher förekommer både muntliga och skriftliga avtal med förädlingsföretagens kunder. Det har framkommit att restauranggrossister kan ha längre löptider i sina avtal än exempelvis dagligvaruaktörernas centrala inköpsorganisation då restauranggrossisterna i sin tur ofta säljer vidare till offentliga aktörer som tecknar längre avtal inom ramen för offentliga upphandlingar.

5.4 Priser

Generellt anges inte priser direkt i ramavtalen utan i prislistor som uppdateras enligt löpande intervall eller efter att en av parterna tagit initiativ till en prispförhandling. Det framgår av avtalen att förädlarna i praktiken är begränsade till att initiera prispförhandlingar till ett fåtal tillfällen per år. I vissa avtal anges att begäran om prispförändringar ska aviseras ett visst antal veckor innan förhandling.¹⁹ Utifrån granskningen har framgått att det likaväl kan vara leverantör som köpare som initierar en prispförhandling. Avtalen reglerar i högre grad förädlarens beteende än

¹⁹ 12–15 veckor.

köparens, och köparna verkar ha större frihet att initiera prisförhandlingar utan att ta hänsyn till några villkor i avtalen. För vissa sektorer har det framkommit att prisförhandlingar också kan ske vid sidan av de avtalade formerna för prisförhandlingar och att flexibiliteten ökat något efter torkan 2018. Förhandlingsrutinerna framgår inom vissa branscher sällan i avtalet. Det finns dock undantag från ordningen med ett fåtal prisjusteringar per år. För exempelvis frukt och grönt förekommer det att priser justeras så ofta som på daglig basis.

5.5 Förhandling

Priserna förhandlas typiskt sett utifrån den faktiska volym några gånger per år. Förhandlingarna påverkas ofta till stor del av utbudet på den aktuella produkten. Det finns olika prismodeller, exempelvis sådana där priser sätts utifrån förbestämda omvärldsfaktorer, såsom foderpriser. Vissa förädlingsföretag har angett att dagligvaruaktörer är olika flexibla i prissättningen men att man inte är fast i prisavtal utan att det finns möjligheter att justera pris. Andra har tvärtom framfört att det under de senaste årens kostnadsökningar har varit mycket svårt för förädlingsföretagen och deras primärproducenter. Detta eftersom man gentemot vissa kunder inom dagligvaruhandeln inte har kunnat förhandla mer än ett fåtal gånger per år. Inom potatis är det tidigare beskrivna förmedlade sammanställda priset viktigt också i detta led. Prissättning kan då exempelvis ske löpande någon gång i veckan och följa marknaden med hänsyn till import och skörd.

Det förekommer att förädlingsföretag vid begäran om prishöjningar måste ange varför och även i många fall dela med sig av kostnadsinformation till köparen samt att vissa större köpare "som huvudregel inte accepterar prishöjningar". Krav på information om förädlingsföretagets kostnader återfinns regelmässigt i vissa branscher. Det kan noteras att det för en aktör i köparledet som inte är marknadsledande förekommer klausuler som ger kunden rätt till tillgång till information om och rätt till förädlingsföretagets villkor med andra kunder, i de fall dessa skulle vara förmånligare. Förädlingsföretag har uppgett att dessa klausuler inte har någon nämnvärd praktisk betydelse.

Förädlingsföretag har även angett att dagligvaruaktörerna kan bevaka sina konkurrenters priser på varor och begära omförhandling av priser när de tror att en konkurrent har fått bättre inköpsvillkor. Exempelvis kan kunder uppmärksamma om ett förädlingsföretag har en kampanj med en annan kund och ta upp det i förhandlingar. Vid försäljning direkt till butik kan dessa ibland hålla ett lägre pris till konsument, exempelvis på grund av lägre inpriser till butiken eftersom förädlingsföretaget levererar direkt. Det kan också i sådana fall förekomma påtryckningar i form av indikationer på risk för avlistning. Flera branscher beskrivs som transparenta, och att kunder när de får reda på eventuella lägre priser hos konkurrenter kan frånga sina tidigare kalkyler med förädlingsföretag. Om förädlingsföretagets inköpspris för sin råvara sjunker och företaget, med anledning av andra

kostnadsökningar, inte sänker sina försäljningspriser med motsvarande, förekommer det också att kunder indikerar att de avser att avlista produkten. Inom vissa branscher har man förutbestämda vinstmarginaler i procent som förädlingsföretagen ska uppnå genom försäljningen. Om förädlingsföretagen presenterar en högre marginal blir detta ifrågasatt av kunden. Den bestämda marginalen beskrivs av förädlingsföretagen inte ha följt med i kostnadsökningarna de senaste åren.

Förädlingsföretag har inom vissa sektorer återkommande beskrivit att de upplever en ojämn maktbalans i prispförhandlingarna med dagligvaruaktörernas centrala inköpsorganisationer. Det uppfattas i dessa fall att det inte är någon egentlig förhandling utan mer på det sätt att kunder ger ett erbjudande som förädlingsföretaget måste ta ställning till. Det har angetts vara ett problem att det endast finns ett fåtal stora dagligvaruaktörer vilka leverantörerna är beroende av för att kunna få sina produkter sålda. Inom samtliga sektorer vi granskat har synpunkter att det råder en ojämn maktbalans framför allt kommit från förhållandevis mindre eller medelstora aktörer i förädlingsledet. De förädlingsföretag som har en större grad av marknadsmakt har inte gett uttryck för samma uppfattning. Enligt Konkurrensverket är det viktigt att i detta avseende notera att graden av marknadsmakt kan skilja sig åt mellan olika sektorer och även mellan aktörer i samma sektor. Konkurrensverket har i tidigare förvärvsärenden kunnat konstatera att dagligvaruhandelns köpmarknad inte varit så stark att den kan motverka de befärande negativa effekterna av ett visst förvärv. Samtidigt har Konkurrensverket även konstaterat att dagligvaruhandelns motverkande köpmarknad har medfört att företagsförvärv kunnat godkännas inom koncentrerade sektorer i förädlingen. Hur stark köpmarknaden är varierar från produktgrupp till produktgrupp.²⁰

5.6 Kampanjer

Enligt förädlarna har fokus de senaste åren alltmer hamnat på kampanjer i dagligvaruhandeln, något som anges påverka förädlingsföretagens marginaler. Kampanjer beskrivs som olika flexibla och både förädlingsföretag och dess kund kan ta initiativ till dem. De kan förhandlas både direkt med butik eller via en central dagligvarugrossist. Kampanjer hos vissa dagligvarukedjor planeras årsvis och bekräftas sedan en period, exempelvis ett visst antal veckor, innan start. Prognoser för kampanjer är typiskt sett inte bindande för kunden men leverantören har ofta åtagande att leverera det som slutligen beställs. Priset på kampanjvaror är pressat för förädlarna enligt vad som framkommit i vissa sektorer medan dagligvaruhandeln enligt förädlarna beskrivs ha nästintill full marginal. Leverantörer har uppgett att de måste delta i kampanjer för att behålla sina marknadsandelar. Transparensen inför kampanjerna beskrivs ibland som bristande och förädlingsföretag har angett att man i vissa fall har ett begränsat inflytande över vilka produkter som ska marknadsföras och när.

²⁰ Se exempelvis Konkurrensverket, dnr 661/2018, dnr 393/2017, dnr 52/2016 och dnr 747/2014.

5.7 Handelns egna varumärken – EMV

Vad gäller exklusivitet, volymåtaganden och uppsägningstider har det inte framkommit några större skillnader mellan producentmärkta varor och EMV. Den skillnad som föreligger tycks finnas i själva förhandlingsprocessen. Avseende EMV är det köparen som tar initiativ till införandet av en produkt och initierar en upphandling, medan det vid försäljningen av leverantörens varor är leverantören som kontaktar kunden med erbjudande om en vara. Vid EMV kan därför flera aktörer lämna bud i en upphandling. Förädlingsföretag har angett att det typiskt sett enbart är pris som diskuteras i EMV-förhandlingarna och att dagligvaruhandeln inte upplevs intresserade av att bygga och marknadsföra kategorin tillsammans med förädlarna. För vissa produkter gäller att vissa kostnadsparametrar endast tämligen sällan kan justeras.

Förädlingsföretag beskriver att andelen EMV ökar och att det påverkar förädlingsföretagen negativt. Det förekommer att andra förädlingsföretag inte är de största konkurrenterna utan i stället den kund som säljer EMV med leverantörens råvara. Utvecklingen har lyfts som problematisk. Den ökade andelen EMV har av vissa förädlingsföretag dock beskrivits kunna utgöra en trygghet också för dem själva, och vissa anser sig inte se några problem med EMV.

6 Avslutande kommentarer och slutsatser

Granskningen visar sammanfattningsvis att primärproducenterna i vissa sektorer är låsta till en eller ett fåtal livsmedelsförädlare köpare under relativt lång tid. Dessa köpare bestämmer ofta priserna, men kan i sin tur ha en skyldighet att ta emot all produktion av primärproducenten. I nästa led, mellan de förädlare företagen och deras köpare, exempelvis dagligvaruhandelns grossister, är det tydligt att det typiskt sett inte finns exklusivavtal och att priserna förhandlas mellan parterna. Det framgår också att det, trots avsaknad av volymåtaganden eller liknande, i praktiken finns långtgående krav på förädlingsföretaget att med kort varsel och risk vid avtalsrättsliga ekonomiska sanktioner tillhandahålla den volym som beställs.

Exklusivavtal i stor omfattning inom en sektor kan medföra att det blir svårare för en ny förädlingsaktör att tillse att den har en tillräcklig mängd insatsvaror, det vill säga jordbruksvaror, för att kunna träda in på förädlingsmarknaden. Effekterna av exklusiva avtal och priser som sällan omförhandlas i kombination med långa avtal och liten marknadsmakt hos primärproducenterna kan leda till sämre fungerande konkurrens, att priserna inte reflekterar den faktiska efterfrågan som finns för primärproducenten eller förädlarens produkter. Olika avtalsstrukturer torde vidare ha viss påverkan på hur oförutsedda händelser i samband med kris kan hanteras. De senaste årens händelser har medfört att många sektorer i livsmedelskedjan drabbats av höjda kostnader och brist på insatsvaror. Bristande flexibilitet utifrån exempelvis hur pris kan omförhandlas och hur länge avtal löper i vissa branscher kan göra det svårare att möta sådana utmaningar med alternativa och innovativa affärsupplägg. Sammantaget kan det medföra att en brist i ett led inte stimulerar en ökad produktion och marknadstillträde. Ett exempel kan vara de upprepade sjukdomsutbrotten inom äggproduktionen, vilket gett upphov till att det under vintern 2023 fortsatt föreligger äggbrist och att det för första gången på lång tid finns behov av att importera ägg till Sverige. Vid en väl fungerande konkurrens borde detta stimulera ökad produktion. Enligt Konkurrensverkets bedömning finns en förklaring till att vi inte kunnat se en ökad produktion eller marknadstillträde genom de granskade avtalsstrukturerna i kombination med livsmedelskedjans pyramidstruktur. För producenterna är det svårt att konkurrensutsätta de förädlare företagens priser eftersom man är låst till ett förädlare företag under längre tid.

När det kommer till de förädlare företagen och deras kunder kan det konstateras att bilden delvis är annorlunda. Även om det alltjämt är köparna som har en stark förhandlingsposition så förekommer det att förädlare företag har betydande marknadsandelar i sin sektor och Konkurrensverket har exempelvis förhindrat företagsammanslagningar inom både kycklingsektorn och mejerisektorn. Att köparna har en stark förhandlingsposition visar sig exempelvis genom att avtalen genomgående för de flesta sektorer mellan förädlare företag och köpare många gånger tycks vara obalanserade så till vida att köparna har stora rättigheter att ta initiativ till prisförhandlingar i princip när som helst medan leverantörerna är skyldiga att varsla prishöjningar med visst intervall. Det ställs även stora krav på att de förädlare

företagen har en hög servicegrad samtidigt som avtalen uttryckligen inte innehåller några volymåtaganden eller exklusiva förpliktelser utan på sin höjd uttalat icke-bindande prognoser. Köparna har också i flera fall exempelvis avtalsreglerad tillgång till utförlig information om förädlarnas kostnader inför förhandlingar. Detta är information och faktorer som köpare kan använda sig av i förhandlingarna för att få bättre villkor. Sammantaget medför detta att de förädlade företagen behöver planera och producera omfattande volymer utan att ha några garantier att dessa volymer blir beställda, även om de förädlade företagen förstås har en god kännedom över konsumentefterfrågan.

En sammantagen slutsats är att avtalsstrukturen i de granskade sektorerna i de flesta fall bidrar till en mer stillastående och statisk konkurrens i livsmedelskedjan i stället för en rörlig och dynamisk konkurrens som bland annat stimulerar ökad produktion eller marknadstillträde i delar av livsmedelskedjan där brist uppstår. Livsmedelskedjan är härigenom sämre rustad att hantera stora svängningar i exempelvis priset på nödvändiga insatsvaror samtidigt som ökad produktion på områden med ökad efterfrågan stimuleras.



Ringvägen 100
118 60 Stockholm
08-700 16 00
konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se