

# Effektiv konkurranse krever prissjekking og er lovlig

Prissjekking har intensivert kampen om kundene og ført til økt priskonkurranse i dagligvaremarkedet



Norgesgruppen



# Bakgrunn

# Bakgrunn

---

- I 2010 ble Bransjenormen for sammenlignende reklame inngått. Normen stilte bl.a. krav til dokumentasjon ifm. såkalte "billigst-påstander". Som ledd i dette inneholdt normen også et punkt om at det ikke skulle lages vansker for innhenting av priser i konkurrentenes butikker. I 2011 og 2012 ble de praktiske rammene for tilgang presisert som en løsning på konflikter mellom REMA og Coop Extra.
- Konkurransetilsynet («KT») ble informert om Bransjenormen i 2010, og fikk tilsendt et referat fra møtet i 2012 – uten å reagere.
- Først i desember 2020 varslet KT vedtak, og da basert på at det påståtte samarbeidet både hadde til **formål** og **virkning** å begrense konkurransen.
- I januar 2024 besluttet imidlertid KT å henlegge den delen av saken som gjaldt konkurransebegrensende formål, men fastholdt at det påståtte samarbeidet hadde hatt dette som *virkning*.
- Uten å ha vært i stand til å vise at det påståtte samarbeidet faktisk begrenset konkurransen eller slå fast at prisene i dagligvaremarkedet ble høyere som følge av dette, opprettholdt Konkurranseskjennelsemnda («KKN») vedtaket om milliardgebyr.
- Saken for lagmannsretten gjelder gyldigheten av dette vedtaket.

# Bransjenormen gjelder praktiske rammer for prissjekk, det var ikke noe mer enn det

---

- Presiseringene av Bransjenormen var ikke noe mer eller annet enn praktiske rammer for prissjekk (tilgang til butikk for prissjekk i hverandres butikker, maksimal tid i hver butikk og rett til å bruke håndskanner). Det var ikke mer enn det.
- Kjedene har ikke samarbeidet om selve prisinnhentingene (om priser skulle sjekkes, hvilke priser som skulle sjekkes, når priser skulle sjekkes, hva sjekkede priser skulle brukes til mv.) eller på annen måte koordinert prissettingen seg imellom.
- En prissjekker registrerer kun den samme prisen som enhver forbruker kan se i butikken – NorgesGruppen mener da det er helt feil å snakke om utveksling av "strategisk, konkurransesensitiv informasjon".



# Hva saken gjelder



NorgesGruppen

# Prissjekking har ført til økt priskonkurranse

---

Saken gjelder tilgang til lokaler for sjekking av offentlig tilgjengelige priser i butikkene. Disse prisene er også tilgjengelig for forbruker.

---

KT og KKN mener at intens prissjekking har svekket insentivene til å konkurrere tøft på pris.

---

NorgesGruppen er uenig og mener intens prissjekking er nødvendig for effektiv konkurranse.

---

NorgesGruppen vil vise at verken KT eller KKN har vurdert bevis i sin rette kontekst.

---

Når sakens bevis vurderes korrekt, viser det samlede bevisbildet ingen konkurranseskade, men tvert imot hard og intens konkurranse i hele perioden.

# Effektiv konkurranse krever prissjekking og er lovlig

- For å kunne konkurrere på pris og bli oppfattet som billig av forbrukere, må en sjekke konkurrentenes priser.
- Det er vanlig markedsatferd å sjekke priser, og det skjer i alle bransjer. KIWI har sjekket konkurrentenes priser siden «tidenes morgen».
- KIWI måtte intensivere prissjekking for å konkurrere tøffere på pris og bli oppfattet som billigst – å bli oppfattet som billigst gir grunnlag for vekst.
- Vekst er driveren til KIWI for å bli mer effektiv og oppnå skalafordeler.
- Økt gjennomsnittsomsetning per butikk øker effektiviteten som igjen kan investeres i ytterligere priskonkurranse, som igjen gir grobunn for mer vekst.
- Effektivitet kommer forbruker til gode fordi KIWI kan gi lavere priser .
- Både KT og KKN legger til grunn at prissjekking i seg selv er fullt ut lovlig.

## Greit for Konkurransetilsynet

Ole A. Mæland tekst

**DAGLIGVAREKAMPEN:** Konkurransetilsynet forsvarer lavpriskjedenes «spionpraksis» som brukes for å fastsette dagligvareprisene.

– Så lenge det ikke foreligger en skriftlig eller muntlig prisavtale mellom konkurrentene, skjer dette i tråd med konkurranseloven, sier informasjonsrådgiver Andreas Kjeldsberg Pihl i Konkurransetilsynet.

– I et fungerende konkurransesamfunn er det naturlig at aktørene i markedet følger med på hverandre, og dette gangner prisene og dermed kundene, ifølge Andreas Kjeldsberg Pihl.

Stavanger Aftenblad, "Vokter hverandres priser, Greit for Konkurransetilsynet", 1. desember 2008

***"Prisjegere i seg selv er jo ikke ulovlig."***

Lars Sørgeard, daværende konkurransedirektør til E24 (2020)

***KKN: "At dagligvareforetakene innhenter hverandres priser, er verken unaturlig eller i seg selv ulovlig."***

Vedtaket avsnitt 204

# KIWI har gradvis tatt markedsandeler gjennom å være en sterk utfordrer på pris

I perioden 2011–2018 har KIWI tatt betydelige markedsandeler. Det hadde ikke vært mulig uten å sjekke konkurrenters offentlig tilgjengelige priser. Mot slutten av perioden oppfattet forbrukeren KIWI som billigst.

---

Denne utviklingen har fortsatt: I dag er KIWI markedsleder med et forsprang på 0,5 prosentpoeng til nummer to, og oppfattes fortsatt som billigst.

---

De andre aktørene har ikke latt KIWI slippe til uten kamp. Kampen om kundene har ført til press mot stadig lavere prisnivåer.

---

KIWIs brutto- og driftsmargin ble redusert i perioden 2011–2018, særlig etter 2012. Det viser hard og intens konkurranse i perioden.

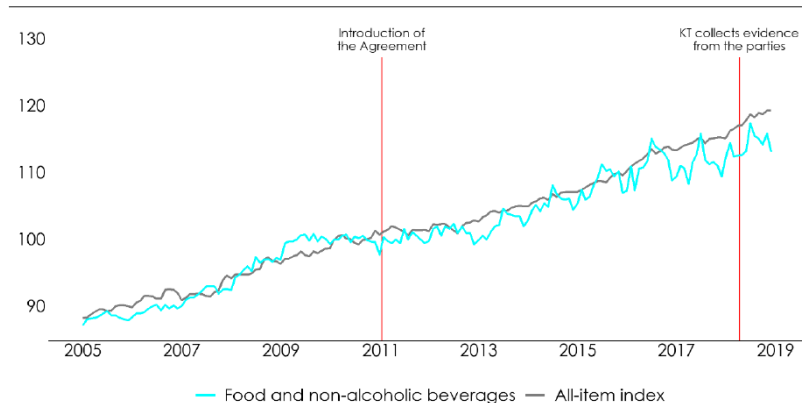
---

Det er et paradoks i KKNs vedtak at samtidig med at KIWI har konkurrert hardt på pris, så har det påståtte samarbeidet ført til et press mot et høyere prisnivå.

# Utviklingen i markedet underbygger at konkurransen har vært intens og til forbrukernes fordel

Matvareprisene har vokst mindre enn den generelle prisutviklingen

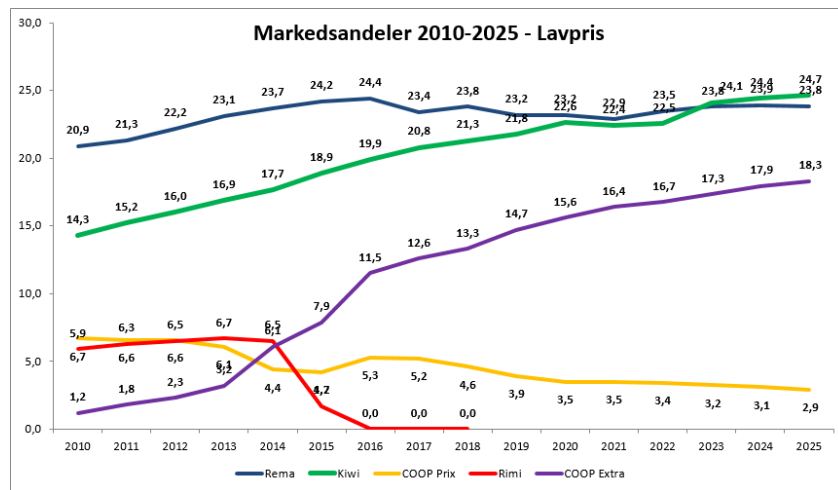
**Nominal grocery prices in Norway, 2005-2018**  
Index (2010=100)



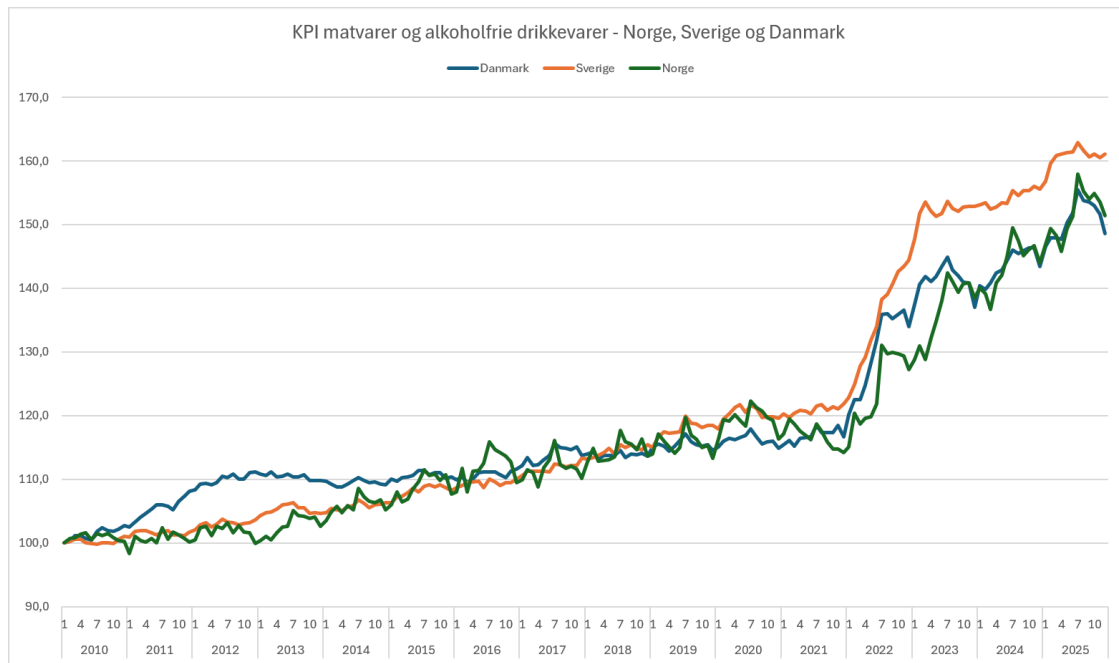
Note: This figure can be compared to Figure 4 in KT's Decision, including only the Food and non-alcoholic beverages index. Monthly index, 2010 annual average = 100.

Source: Copenhagen Economics based on data from SSB (table 03013), retrieved 19/05/2026.

KIWI har kuttet inn på forspranget til markedsleder i 2011 med 3,6% poeng gjennom perioden og er i dag markedsleder med +0,5% poeng (2025)



# Norge skiller seg ikke fra våre naboland, hva gjelder prisutvikling på mat...



... sammenholdt med marginutviklingen er totalbildet at norsk prisutvikling viser et marked preget av konkurranse

# KKN har misforstått bevisene og verken KT eller KKN har vurdert sakens bevis i sin rette kontekst

- I lagmannsretten vil NorgesGruppen vise at
  - **KKN tar feil i hva samarbeidet mellom Kjedene har bestått i:** Avtalen mellom Kjedene var kun rammer for tilgang til butikk for prissjekk, mens Vedtaket bygger uriktig på at Kjedene samarbeidet om mye mer enn dette
  - **Det påståtte samarbeidet hadde ingen negative virkninger på priskonkurransen i markedet:** Verken KT eller KKN har vurdert sakens bevis i sin rette kontekst. Når sakens beviser vurderes korrekt, viser det samlede bevisbildet ingen konkurranseskade, men tvert imot hard og intens konkurranse i hele perioden
  - **Vedtaket er i strid med hvordan dagligvaremarkedet faktisk fungerer:** Lønnsomhet avhenger av volum og effektivitet, konkurransen dreier seg om kundenes prisoppfatning, og prissjekking er et virkemiddel som forsterker – ikke svekker – priskonkurransen. Jo hardere konkurranse, desto mer prissjekking, ikke omvendt

**Når sakens beviser vurderes korrekt, viser det samlede bevisbildet ingen konkurranseskade, men tvert imot hard og intens konkurranse i hele perioden**



# Konklusjon

# Konklusjon

---

- NorgesGruppen har ikke samarbeidet med REMA 1000 og Coop på en måte som er i strid med konkurranseloven
  - Både KT og KKN legger til grunn at prisinnhenting i seg selv er lovlig, og noe dagligvarekjedene kan fortsette med
  - Når det ikke er påvist at avtalen faktisk har hatt negativ virkning på konkurransen, er det heller ikke grunnlag for overtredelsesgebyr eller pålegg om opphør
  - NorgesGruppen skal følgelig frifinnes

# Sakens tidslinje

