

2023-05-11
Fi2023/01635

Finansdepartementet

Konsumentverket
Box 48
651 02 Karlstad

Uppdrag att främja konsumenters prismedvetenhet och rörlighet inom dagligvaruhandeln

Regeringens beslut

Regeringen ger Konsumentverket i uppdrag att vidta åtgärder som främjar konsumenters prismedvetenhet och bidrar till rörlighet inom dagligvaruhandeln.

Konsumentverket ska särskilt undersöka förutsättningarna för att genomföra riktade åtgärder som kan höja prismedvetenheten hos konsumenter i köpsituationer, exempelvis i fysiska butiker, och bidra till att konsumenter har god tillgång till information som möjliggör att de kan jämföra produkter och välja att handla hos de aktörer som erbjuder prisvärda alternativ.

Konsumentverket ska undersöka både hur befintliga initiativ på området kan få ett större genomslag och, vid behov, föreslå nya åtgärder för att främja konsumenters medvetenhet om prisvärda produkter och bidra till rörlighet inom dagligvaruhandeln.

Myndigheten ska också överväga om undersökningar av priser som görs i t.ex. statistiksyfte kan användas för att främja konsumenters prismedvetenhet och rörlighet inom dagligvaruhandeln.

Myndigheten ska bedöma och redovisa den förväntade kostnaden och nyttan av varje åtgärd som föreslås. Vidare ska myndigheten bedöma och redovisa vilka effekter åtgärderna kan få för företagens administrativa kostnader. Om förslagen innebär samhällsekonomiska konsekvenser i övrigt ska dessa redovisas.

Konsumentverket ska vid genomförandet av uppdraget inhämta synpunkter från Konkurrensverket och Konjunkturinstitutet. Vid behov ska synpunkter även inhämtas från Livsmedelsverket och Statens jordbruksverk. Om Konsumentverket undersöker en utvidgning av användningen av uppgifter som inhämtas i statistiksyfte ska synpunkter inhämtas från Statistiska centralbyrån.

Konsumentverket ska senast den 1 december 2023 redovisa uppdraget till Regeringskansliet (Finansdepartementet).

Skälen för regeringens beslut

Konsumentprisindex i mars 2023 visade att priserna på livsmedel har stigit med över 20 procent det senaste året. En rad faktorer har samtidigt bidragit till att den ekonomiska situationen för många hushåll försämrats under året. Stora prisökningar på dagligvaror såsom livsmedel drabbar alla hushåll och i synnerhet de som har små ekonomiska marginaler.

En viktig förutsättning för att skapa en väl fungerande konkurrens på dagligvarumarknaden är att konsumenter har god tillgång till information så att de lätt kan jämföra produkter och välja att handla hos de aktörer som erbjuder prisvärda alternativ.

Priserna kan variera mycket inte bara mellan olika butikskedjor inom dagligvaruhandeln utan också mellan olika butiker, och det kan vara svårt att som konsument veta vilken butik som är mest prisvärd. Det kan också vara svårt för konsumenter att upptäcka prishöjningar på enskilda produkter och i stället välja andra alternativ. Olika konsumentgruppers priskänslighet påverkas därtill av flera faktorer, bl.a. preferenser, kunskap och inkomst. Detta medför att förmågan att tillgodogöra sig information om prisvärdighet, och därmed konsumentbeteenden som respons på prisförändringar eller skillnader i prisnivåer, varierar mellan olika grupper inom konsumentkollektivet. Variationerna i konsumentbeteenden hos olika grupper kan också utgöra skäl att vidta åtgärder för att förenkla för konsumenter att upptäcka prisökningar, jämföra produkter och välja att handla hos de aktörer som erbjuder prisvärda alternativ.

Det finns olika initiativ, t.ex. matprisundersökningar som görs av privata aktörer, organisationer och media, som syftar till att förenkla för konsumenter att hitta de butiker som erbjuder de mest prisvärda

produkterna, men konsumenternas kännedom om dessa är sannolikt begränsad och initiativen i sig kan ha svårt att nå ut och vara heltäckande.

Priser på dagligvaror bevakas också redan i andra syften än som stöd för konsumenters köpbeslut, t.ex. för att sammanställa statistik till grund för penningpolitiska och budget- eller finanspolitiska beslut. Det bör därför undersökas om den information om dagligvarors priser som samlas in också kan användas för att förbättra konsumenternas prismedvetenhet och rörlighet på dagligvarumarknaden.

Regeringen har också aviserat att den avser att ge Konkurrensverket och Konjunkturinstitutet i uppdrag att analysera konkurrenssituationen och prisutvecklingen i förhållande till kostnader inom branscher där bristande konkurrens kan tänkas vara en orsak till ökade priser, inte minst inom dagligvaruhandeln. För att de olika uppdragen ska genomföras på ett effektivt sätt och för att samtliga myndigheters kompetens ska tas tillvara bör myndigheterna utbyta kunskaper och erfarenheter inom det aktuella området.

På regeringens vägnar

Erik Slottner

Marita Axelsson

Kopia till

Finansdepartementet/BA, IEA, OFA OU och ESA

Klimat- och näringslivsdepartementet/MK

Landsbygds- och infrastrukturdepartementet/LB JL

Konjunkturinstitutet

Konkurrensverket

Livsmedelsverket

Statens jordbruksverk

Statistiska centralbyrån