



Branschorganisationen
för dagligvaruhandeln

Ärendenummer: KN2025/00748 och KN2025/00567

Inskickat: 2025-06-19

Ansvarig tjänsteman: Andreas Strömberg

Från:

Svensk Dagligvaruhandel

Till:

Klimat- och näringslivsdepartementet

kn.remissvar@regeringskansliet.se,

siri.saeed@regeringskansliet.se

Remiss avseende Betänkandet 2025:22 Förbättrad konkurrens i offentlig och privat verksamhet och hemställan från Konkurrensverket om företagskoncentrationer

Svensk Dagligvaruhandel är branschorganisationen för dagligvaruhandeln i Sverige. Våra medlemsföretag är Axfood, Coop Sverige, ICA Sverige, Lidl Sverige och Livsmedelshandlarna. Tillsammans står vi för drygt 95 procent av dagligvaruhandeln i Sverige, med fler än 3 000 butiker över hela landet.

Varje vecka möter vi i stort sett alla människor i Sverige i våra butiker. Dagligvaruhandeln sysselsätter runt 110 000 personer, varav en tredjedel är unga (15-24 år) och en fjärdedel har utländsk bakgrund. Branschen skapar jobb, ger möjlighet att äta hållbart och hälsosamt och är en viktig samhällsfunktion i alla delar av Sverige.

Svensk Dagligvaruhandels remissvar

Svensk Dagligvaruhandel har tagit del av Betänkandet 2025:22 Förbättrad konkurrens i offentlig och privat verksamhet och hemställan från Konkurrensverket om företagskoncentrationer.

Inledningsvis kan det konstateras att den svenska dagligvarumarknaden fungerar väl enligt Konkurrensverkets egna analyser från 2011 och 2018. Det föreslagna konkurrensverktyget riskerar att undergräva de strukturer och affärsmodeller som möjliggör låga priser, bred tillgänglighet och innovation inom branschen. Våra synpunkter nedan visar varför särskild försiktighet måste iakttas när det gäller regleringar som påverkar dagligvarubranschen.

När det gäller de delar av betänkandet som rör konkurrensverktyg ansluter vi oss till Svenskt Näringslivs ståndpunkter och remissvar. Övriga förslag i betänkandet lämnar vi utan kommentarer. Vi ställer oss också bakom Svenskt Näringslivs ståndpunkter gällande Konkurrensverkets hemställan.

Dagligvarumarknaden utgör en grundläggande samhällsfunktion som karaktäriseras av behovet att förena omfattande volymer, logistik effektivitet och betydande inköpskraft i ett geografiskt utmanande och lågmarginalpräglad marknadslandskap. Det är av stor vikt att konkurrenspolitiska åtgärder utformas med hänsyn till de affärsmodeller och strukturer som möjliggör denna funktion.

Därför vill vi framhålla följande aspekter som är särskilt kännetecknande för dagligvarubranschen:

Dagligvarubranschens stordriftsfördelar

När koncentration inom dagligvaruhandeln diskuteras avser det ofta grossist- och inköpsledet, det led som föregår detaljhandelsledet. Här finns det idag ett antal större grossister och inköpsorganisationer, flertalet av dagligvaruhandels aktörer har egna inköpsorganisationer. Dessa organisationer är olika i sin form, till exempel har Coop en kooperativ samhandel medan ICA har en inköpsorganisation som i sin tur säljer vidare till enskilda handlare. Oavsett hur man är organiserad är syftet att uppnå stordriftsfördelar som ger konkurrenskraft och skapar ekonomisk nytta för konsumenterna. Sverige är dels ett väldigt avlångt land med långa transportsträckor, dels en liten marknad i internationell jämförelse.

Vid analys av koncentrationsgraden dagligvarubranschen är det nödvändigt att samtidigt beakta hur denna struktur i praktiken bidrar till lägre priser, ökad tillgänglighet och konsumentnytta. Vertikal integration mellan grossist- och butiksled utgör en central komponent som möjliggör samordning av inköp, lagerhållning och logistik. Detta främjar effektivare varuflöden, lägre transportkostnader och optimerad kontroll över butiksutbudet, vilket skapar förutsättningar för konkurrenskraftiga priser och god tillgänglighet – även i glesbygd och regioner där alternativa affärsmodeller saknar ekonomisk bärkraft.

Stordriftsfördelar medför att enskilda livsmedelsprodukters pris reduceras genom att kostnadsstrukturen för butiksdrift effektiviseras, vilket direkt påverkar konsumentpriset. Detta inkluderar exempelvis fasta kostnader för IT-infrastruktur och storskaliga logistiklösningar, samtidigt som det möjliggör omfattande tekniska och hållbarhetsinriktade investeringar samt innovation. Enligt en amerikansk studie reducerades kostnaderna med 25-60 procent genom integration av inköp och logistik (Quality competition in retailing: A structural analysis, 2006, Paul B. Ellickson). Samma studie påvisade även att en marknadsstruktur med 4-6 dominerande aktörer som konkurrensutsätter varandra genom ett brett sortiment och låga priser är vanligt förekommande.

Denna internationella forskning bekräftar att den svenska marknadsstrukturen är naturlig och effektiv. Att bryta upp eller försvåra dessa strukturer genom ett nytt konkurrensverktyg skulle kunna leda till högre kostnader för konsumenterna och försämrad tillgänglighet, särskilt i glesbygd där endast stordriftsfördelar gör butiksdrift möjlig.

Det är väsentligt att framhålla att majoriteten av utbudet i dagligvaruhandeln härrör från större internationella livsmedelsleverantörer med en betydande förhandlingsstyrka. Konsoliderade inköpsorganisationer bidrar till att balansera förhållandet mellan detaljhandel och stora, ofta globala, livsmedelsleverantörer. Detta resulterar i att konsumenter erhåller tillgång till ett mer diversifierat sortiment, stabilare prisnivåer samt ökad transparens genom värdekedjan.

Marknadsstrukturen i Sverige följer samma mönster som också återfinns i övriga nordiska länder, med ett fåtal större aktörer men där konkurrens ändå fungerar väl. Även i dessa länder har stordriftsfördelar och logistiklösningar utvecklats för att säkerställa låg prisnivå, hög tillgänglighet och brett utbud.

Dagligvaruhandeln en sektor präglad av låga marginaler som förutsätter skalbarhet och volymer

Dagligvaror är lågmarginalprodukter och lönsamheten bygger på att man säljer stora volymer. Därför oroar det branschen att konsumtionen sjunker och kanske också leder till att konsumenterna väljer bort svenska eller mer hållbart producerade livsmedel. Det skulle i förlängningen drabba hela den svenska livsmedelskedjan, och även Sveriges självförsörjningsgrad.

En dagligvarubutiks sortiment är strukturerat i olika produktkategorier som förhandlas separat. Inom respektive kategori återfinns vanligtvis en dominant marknadsaktör med välkända varumärken, – produkter som är nödvändiga för butikernas konkurrenskraft. Dessa varumärken kontrolleras ofta av globala koncerner med substantiell förhandlingsstyrka. Dessa företag uppvisar generellt betydligt högre marginaler och lönsamhet än de svenska dagligvaruaktörerna, inte sällan överstigande 15 procent, medan svenska dagligvaruaktörer i bästa fall uppnår marginaler på 4-5 procent. Under perioden 2022-2024 har den aggregerade rörelsemarginalen för dagligvaruhandeln och dess grossister varierat mellan 2-2,5 procent – knappt hälften jämfört med näringslivet i övrigt.¹

Det gynnar konsumenten att grossistledet är relativt koncentrerat så att företagen har en viss möjlighet att utgöra en stark förhandlare när det gäller inköpspriserna från de internationella leverantörerna. Det har också bidragit till att den svenska matprisinflationen fram till innan Ukrainakriget varit låg, och därefter följt samma prisutveckling som övriga EU, trots en svag svensk valuta. Slutligen är det också

¹ SCB, 2024-09-16, Sämre lönsamhet i livsmedelsbranscher trots högre matpriser, <https://www.scb.se/hitta-statistik/redaktionellt/samre-lonsamhet-i-livsmedelsbranscher-trots-hogre-matpriser/>

nödvändigt att företagen har ett visst överskott för att kunna lägga en stabil grund för framtida investeringar och innovativa lösningar. Det är också en förutsättning för att kunna utveckla en effektiv och hållbar logistik och ett lättillgängligt butiksnätverk, samt förse kunder på en stor geografisk yta och med låg befolkningstäthet med dagligvaror på ett kostnadseffektivt sätt.

Inköpskostnaden utgör endast en delmängd av konsumentpriset

Inköpskostnaden för dagligvaruhandeln är drygt 60 procent av konsumentpriset.² Därtill kommer kostnader för framför allt transport, personal, hyra och drift. De senaste åren har branschens rörelsekostnader ökat i högre takt än rörelseintäkterna³, bland annat på grund av svagare försäljningsvolym. Det har påverkat de redan låga marginalerna och lett till sämre lönsamhet trots högre matpriser.

Etableringsförutsättningar

Att det krävs stora volymer, effektiv logistik och långsiktig kapitalstyrka för att uppnå en marginell lönsamhet gör att det i många fall helt enkelt inte är affärsmässigt intressant för nya aktörer att gå in på den svenska marknaden. Detta gör det desto viktigare att andra etableringshinder, som planrestriktioner, inte ytterligare försvårar inträde.

Etablerade marknadsstrukturer och Sveriges geografi är strukturella förutsättningar som inte kan förändras genom myndighetsingripanden mot enskilda företag. Att införa ett kraftfullt konkurrensverktyg för att åtgärda problem som till stor del beror på geografiska och strukturella faktorer utanför företagens kontroll är oproportionerligt och ineffektivt.

I juni 2024 kom Konkurrensverkets rapport *Dagligvaruhandelns etablering i kommunerna*. Vi delar Konkurrensverkets slutsatser att kommunernas planarbete bromsar butiksetableringar. Det försvårar för dagligvarukedjor att träda in i Sverige och konkurrensutsätta befintliga aktörer. Etableringshindren leder därmed till minskad konkurrens, vilket i förlängningen drabbar både konsumenter och marknadens utveckling.

Konkurrensverkets analys bekräftar att de verkliga och primära konkurrensproblemen på dagligvarumarknaden härrör från strukturella hinder snarare än företagens beteende. Faktum att 100 av 290 kommuner saknar lågprisalternativ och att var tredje kommun endast har en eller två etablerade dagligvaruaktörer visar tydligt att problemet ligger i etableringshinder på lokal nivå, inte på bristande konkurrens mellan befintliga aktörer.

² Svensk Dagligvaruhandel, 2023, Butikshundringen, <https://www.svenskdagligvaruhandel.se/wp-content/uploads/Butikshundringen-2023.pdf>

³ SCB, Sveriges Ekonomi, nummer 9 2024 https://www.scb.se/contentassets/76e3f9a2b8dd4f3896f6c740c525a75f/nr0001_2024m09_t_i_a28ti2408.pdf

Konkurrensverket erkänner detta genom att initiera arbete med informationsmaterial och vägledning för kommunerna om att främja effektiv konkurrens vid planläggningsarbetet. Detta bekräftar att lösningen på konkurrensproblemen ligger i att åtgärda kommunala etableringshinder, inte i att ge Konkurrensverket kraftfulla verktyg att ingripa mot framgångsrika företag.

Att införa ett omfattande konkurrensverktyg mot just dessa företag kommer inte att lösa dessa underliggande problem. Tvärtom riskerar det att försvaga företagens möjligheter att investera i expansion och etablering av nya butiker.

Välfungerande lokal konkurrens är avgörande för konsumentnyttan. Även på marknader med ett fåtal större aktörer nationellt, så kan konkurrensen vara intensiv på lokal nivå – förutsatt att etablering är möjlig. Att skapa bättre etableringsförutsättningar är därför ett effektivt sätt att stärka konkurrensen utan att behöva ingripa i fungerande affärsmodeller eller strukturer.

Svensk Dagligvaruhandel har identifierat följande tre åtgärder som skulle främja etableringen av livsmedelsbutiker i Sverige:

- Förenklad ändrad användning inom befintlig detaljplan: Inför ett förenklat förfarande för att tillåta livsmedel i fastigheter där det idag är otillåtet, men lämpligt. Det främjar hållbar omställning och minskar onödig nyexploatering.
- Krav på handelsutredning vid begränsning av livsmedel: Kommuner bör genomföra en standardiserad handelsutredning innan de beslutar om förbud eller begränsningar för livsmedelsbutiker i plan. Utredningen bör ta hänsyn till konkurrensen på marknaden.
- Obligatorisk kommunal strategi för dagligvaruhandel: Säkerställ att kommunerna tar fram strategier för dagligvaruhandeln som underlag för översikts- och detaljplanering. Ökar kunskapen och förbättrar förutsättningarna för lokal konkurrens.

Internationella jämförelser

En internationell jämförelse visar att länder som infört liknande konkurrensverktyg har valt mer restriktiva utformningar än vad som föreslås i Sverige. Danmark har valt att inte inkludera strukturella åtgärder alls, medan Tyskland begränsar användningen till dominerande företag eller stora digitala aktörer. Norge tillåter strukturella åtgärder endast om det inte finns lika effektiva beteendemässiga åtgärder.

Sverige föreslår däremot strukturella åtgärder som kan användas så länge de är minst något mer effektiva än beteendemässiga, trots att de är betydligt mer ingripande. För dagligvarubranschen, där verksamheten bygger på integrerade

logistik- och inköpssystem, skulle strukturella åtgärder kunna få förödande effekter på effektiviteten och därmed konsumentpriserna.

Rättsosäkerhet hotar branschens långsiktiga investeringar

Det föreslagna konkurrensverket skapar en oacceptabel rättsosäkerhet för dagligvarubranschen. Med marginaler på endast 2-2,5 procent är branschen särskilt känslig för regulatoriska ingrepp och oförutsägbara myndighetsbeslut. Verket otydliga ingripandegrunder - där det räcker med 'hinder' för konkurrens utan kvalificering av hur betydande hindret måste vara - gör det omöjligt för företag att förutse vilka affärsbeslut som kan leda till myndighetsingripanden. Detta är särskilt problematiskt för en bransch som kräver långsiktiga investeringar i logistik, IT-system och butiksnätverk.

Risken för strukturella åtgärder, som tvångsförsäljning av verksamhetsdelar, utan tillräckliga rättssäkerhetsgarantier hotar de investeringar som möjliggör låga priser och bred tillgänglighet. I en lågmarginalbransch kan även mindre regulatoriska missgrepp få allvarliga konsekvenser för företagens överlevnad och konsumenternas tillgång till mat.

Avslutningsvis

Avslutningsvis vill Svensk Dagligvaruhandel understryka att den svenska dagligvarumarknaden har formats genom intensiv konkurrens, vilket resulterat i ett välutvecklat butiksnätverk med nationell täckning, ett omfattande produktsortiment, tillgång till samhällsservice samt e-handelstjänster. Denna utveckling har skett organiskt genom marknadskrafter och skarp konkurrens mellan aktörerna, inte genom myndighetsingripanden.

Detta bekräftas av Konkurrensverkets rapport från 2024⁴, som identifierar kommunala etableringshinder som huvudorsaken till att över 100 kommuner saknar lågprisalternativ. Lösningen ligger därmed i att åtgärda strukturella hinder i kommunernas planprocesser, inte i att införa nya verktyg mot dagligvaruföretagen.

Den svenska dagligvaruhandelns struktur har bland annat lett till:

- **Bred geografisk tillgänglighet:** Butiker finns även i små orter där stordriftsfördelar är nödvändiga för att göra verksamheten lönsam.
- **Omfattande sortiment:** En lokal dagligvarubutik kan ha ett sortiment som sträcker sig från några hundra produkter till över 40 000.
- **Integrerade tjänster:** Butikerna fungerar som mötesplatser och servicecentra med paketutlämning, banktjänster och andra samhällsfunktioner.

⁴ Konkurrensverket, 2024-06-25, Dagligvaruhandelns etablering i kommunerna, <https://www.konkurrensverket.se/informationsmaterial/rapportlista/dagligvaruhandelns-etablering-i-kommunerna/>

- **Digital utveckling:** E-handel och click-and-collect-tjänster som utvecklats för att möta konsumenternas förändrade behov.
- **Konkurrensmässiga priser:** År 2023 var de svenska matpriserna lägst i Norden.⁵

Detta välfungerande system riskerar att undergrävas av det föreslagna konkurrensverktyget, som kan störa de strukturer och processer som möjliggjort denna positiva utveckling.

Vi föreslår därför att regeringen:

- **Avvaktar med att införa det föreslagna konkurrensverktyget** tills dess att det finns tydliga bevis för att befintliga konkurrensverktyg är otillräckliga.
- **Fokuserar på att åtgärda kommunala etableringshinder** genom att implementera våra förslag om förenklad ändrad användning, krav på handelsutredning och obligatorisk kommunal strategi.
- **Säkerställer att eventuella framtida konkurrensverktyg utformas med hänsyn till rättssäkerhet**, inklusive tydliga ingripandegrunder, kvalificerade rekvisit och externa kontrollmekanismer.
- **Utesluter strukturella åtgärder från eventuella framtida konkurrensverktyg**, med hänsyn till de särskilt allvarliga konsekvenserna för integrerade affärsmodeller som dagligvaruhandeln.

Stordriftsfördelar i grossistledet är en förutsättning för att kunna erbjuda konsumenterna låga priser, hög servicegrad, bred tillgänglighet och kontinuerliga investeringar i innovation och hållbarhet. Regleringar som undergräver denna modell riskerar att försämra konsumentvälfärden, minska tillgängligheten till livsmedel, medföra prisökningar för konsumenterna och undergräva Sveriges livsmedelsförsörjning, särskilt i glesbygd.

⁵ Eurostat, 2024-12-17, Comparative price levels for food, beverages and tobacco, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Comparative_price_levels_for_food,_beverages_and_tobacco