

PRESSMEDDELANDE

Sveriges Konsumentråd
2003-06-12

Krav till nordiska konsument- och konkurrensansvariga ministrar:

Konkurrensen inom dagligvaruhandeln måste handla om mer än priserna

Låga priser på varor är inte alltid det viktigaste för konsumenterna. Vid etableringar av livsmedelsbutiker måste hänsyn också tas till tillgänglighet, utbud, miljö och stadsplanering. Det kräver de nordiska konsumentorganisationerna i samband med möte inom det Nordiska Konsumentutskottet, NKU. I Sverige har brevet från Sveriges Konsumentråd och Sveriges Konsumenter i Samverkan riktats till jordbruks- och konsumentminister Ann-Christin Nykvist och näringsminister Leif Pagrotsky.

Under de senaste decennierna har livsmedelshandeln gått mot allt större koncentration. I Sverige har till exempel allivsbutikernas andel av dagligvaruförsäljningen sjunkit från 61 till 51 procent, medan stormarknadernas ökat från tre till tio procent. Antalet dagligvarubutiker har också minskat med 21 procent (mellan år 1993 och 2000, källa: Konkurrensverkets rapportserie 2002:6). Den genomsnittliga säljytan har under samma tid ökat med 34 procent. Trenden går alltså mot allt färre, men större, butiker.

Stormarknaderna kan, på grund av stordriftens fördelar, hålla låga priser. Omsättningen är på de flesta varor snabb, vilket betyder att råvaror kan säljas färska. Däremot har stormarknaderna sällan personlig betjäning och inga småförpackningar för singelhushåll. Dessutom är de ofta belägna i utkanten av samhällen och städer, vilket kräver att konsumenterna måste vara bilburna för att kunna handla. De hushåll som inte har tillgång till bil eller inte vill köpa storförpackningar kan därför inte utnyttja stormarknadernas fördelar.

Den ökade biltrafiken till och från en stormarknad har givetvis negativ påverkan på miljön. Dessutom bör konsumentens kostnader för bilkörning till och från stormarknaden räknas in i totalkostnaden vilket skulle visa att konsumenten förlorar en del av det denne sparar på låga priser.

För ytterligare information kontakta Jens Henriksson ordförande i NKU och internationell sekreterare på Sveriges Konsumentråd 073-330 66 16.



SVERIGES KONSUMENTRÅD
THE SWEDISH CONSUMERS' ASSOCIATION

Sid 2(2)

Det finns med andra ord en rad faktorer förutom låga priser som handeln måste beakta i sin verksamhet. De nordiska konsumentorganisationerna kräver att hänsyn tas till tillgänglighet, utbud, miljö och stadsplanering vid nyetableringar av livsmedelsbutiker. En varierad butiksstruktur med ett omväxlande utbud är garanterat för en positiv konkurrens som gynnar konsumenterna.

Konsumenter i de stora glesbygdsområden som finns i alla de nordiska länderna, förutom Danmark, drabbas särskilt hårt av nedläggningen av småbutiker. För att säkra deras tillgång till dagligvaror krävs en kommunal och statlig planering som utgår från konsumenternas behov.

De nordiska konsumentorganisationerna* står bakom dessa krav och driver frågorna i sina respektive länder.

** Forbrugerrådet i Danmark, Finlands Konsumentförbund, Neytendasamtökin på Island, Forbrukerrådet i Norge, Sveriges Konsumentråd och Sveriges Konsumenter i Samverkan från Sverige, Grönlands Konsumentråd och Brúkarasamtaki från Färöarna.*

För ytterligare information kontakta Jens Henriksson ordförande i NKU och internationell sekreterare på Sveriges Konsumentråd 073-330 66 16.



SVERIGES KONSUMENTRÅD
THE SWEDISH CONSUMERS' ASSOCIATION