



KONKURRENSVERKET
Swedish Competition Authority



Stigande matpriser – vart tar pengarna vägen?

RAPPORT 2024:3

Konkurrensverkets rapport, 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 rapport 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

| | |
|--|-----------|
| Sammanfattning | 6 |
| 1 Inledning | 9 |
| 1.1 Ett regeringsuppdrag att utreda orsaker och konkurrensförhållanden..... | 9 |
| 1.2 Andra utredningar | 10 |
| 1.3 Frågeställningar, metod och insamlad data | 12 |
| 2 Faktorer bakom ökade priser | 14 |
| 2.1 Marknadens struktur och prissättning..... | 14 |
| 2.2 Stabila volymer | 18 |
| 2.3 Prisers uppgång och fall i primärledet..... | 19 |
| 2.4 Prisökningar i producentledet..... | 22 |
| 2.5 Prisökningar i dagligvaruhandeln..... | 24 |
| 3 Dagligvaruhandelns marginaler..... | 27 |
| 3.1 Bruttovinsmarginalen – ett dagligvaruhandelsföretags affärsidé..... | 27 |
| 3.2 Marginal i kronor och bruttovinstmarginal per enhet..... | 28 |
| 3.3 Dagligvaruhandelns procentuella bruttovinstmarginal har varit konstant, men marginalerna i kronor har ökat | 30 |
| 3.4 Hur mycket mer kunde dagligvaruhandeln höja priserna?..... | 33 |
| 3.5 Förändringar i marginaler för individuella kategorier | 35 |
| 3.6 Komparativ analys av marginaler | 42 |
| 3.7 Vart tog pengarna vägen? | 43 |
| 4 Slutsatser och diskussion..... | 45 |
| 4.1 Förklarar omvärldsfaktorer allt? | 45 |
| 4.2 Hög koncentration i grossistledet som förklaringsmodell..... | 45 |
| 4.3 Har dagligvaruhandelns övriga kostnader ökat så mycket att de förklarar prisökningarna? | 46 |
| 4.4 Dagligvaruhandelns prisstrategier | 47 |
| 4.5 Obalanserade maktförhållanden..... | 49 |
| 4.6 Sammanfattande slutsats: varför har konsumentpriserna inte gått ner? | 50 |
| 5 Appendix..... | 53 |

| | | |
|-----|--|----|
| 5.1 | Beskrivning av utvalda varugrupper | 53 |
| 5.2 | Begärda uppgifter | 54 |
| 5.3 | Metod..... | 56 |

Sammanfattning

Har priserna ökat med mer än kostnaderna? I juni 2023 gav regeringen Konkurrensverket i uppdrag att analysera konkurrenssituationen inom livsmedelskedjan och hur konsumentpriserna har utvecklats i förhållande till kostnadsutvecklingen i bland annat dagligvaruhandeln.

Inflationen på livsmedel var under en längre tid måttlig, men i februari 2022 inleddes en serie historiskt snabba prisökningar på jordbruksprodukter i konsumentledet. En analys av prisökningarna visade dock att priserna i tidigare led i livsmedelskedjan började stiga ett år tidigare, redan i januari 2021.

Under den här perioden var prisökningarna mindre och dagligvaruhandeln behöll sina marginaler i kronor. Den totala prisökningen blev därför inte så stor. Efter Rysslands invasion av Ukraina i februari 2022 höjdes leverantörernas priser med mer än vad som kan förklaras av ökade kostnader på insatsvaror, och dagligvaruhandeln höjde vidare mer än vad som kan motiveras av ökade priser från leverantörerna. Dessa två effekter ledde tillsammans till mycket höga prisökningar i konsumentledet.

I den här studien har Konkurrensverket studerat den genomsnittliga prisökningen för sju varugrupper under perioden januari 2021 till april 2023. Kulmen på prisökningarna nåddes i mars 2023. Därefter har priserna legat kvar på en hög nivå. Som framgår av tabellen nedan skedde de största prisökningarna i leverantörsledet, men dagligvaruhandeln bidrog också till prisökningarna. Priser exklusive mervärdesskatt.

Tabell 1 Prisökning för utvalda varugrupper perioden januari 2021 till april 2023, kronor per kilo eller liter exklusive moms

| Varugrupp | Ökning av leverantörspriset per enhet | Ökning av konsumentpriset per enhet |
|-----------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Matlagningssmör | 28 | 36 |
| Bröd | 14 | 16 |
| Ägg | 4 | 14 |
| Kyckling | 26 | 39 |
| Matolja | 17 | 25 |
| Potatis | 1,5 | 3 |
| Ost | 34 | 48 |

Priset på matlagningssmör gick således upp med, i genomsnitt, 36 kronor exklusive mervärdesskatt i butik per enhet. Av denna prisökning beror 28 kronor på prisökningar från leverantörsledet. Priset på kyckling gick upp med 39 kronor per enhet i butik. Här kan Konkurrensverket se att leverantörens pris ökade med 26 kronor i genomsnitt. Sammantaget visar den här studien att runt 70 procent av de

totala prisökningarna skedde i leverantörsledet och cirka 30 procent av prisökningarna skedde i dagligvaruhandeln.

Det finns flera bakomliggande orsaker till de stora prisökningarna i produktions- och handelsleden. Bland dessa märks främst Rysslands invasion av Ukraina i februari 2022, som skapade flera faktiska bristsituationer samt oro och spekulationer om kommande bristsituationer. Både de faktiska bristerna och spekulationerna om kommande brister uppstod på viktiga och centrala insatsvaror för livsmedelsproduktionen såsom spannmål, djurfoder, gödsel och solrosolja.

Frågan är inte om dessa bakomliggande faktorer orsakade prisökningar på livsmedel, utan snarare *hur mycket* och *hur länge*. När priset på insatsvaror i ett led ökar kommer det att leda till prisökningar i nästa led, givet att det inte finns några obalanser i maktförhållanden mellan de olika leden som försvårar överföringar av kostnader. Vid väl fungerande konkurrens kommer därför alla aktörer i en produktions- och handelskedja att kunna kompensera sig för dessa prisökningar i kronor, men den procentuella vinsten kommer att minska i de efterföljande leden. Med andra ord, efterföljande led kommer att kunna kompensera sig för prisökningar, men vinstmarginalen kommer bli lägre.

Men, om alla eller flera aktörer i en värdekedja kan behålla sina procentuella vinstmarginaler uppstår en sorts "ränta-på ränta-effekt" där ett leds vinstmarginal multipliceras med nästa leds vinstmarginal. Detta, som i nationalekonomisk teori benämns dubbelmarginalisering, gör att små prisökningar på insatsvaror får stora priseffekter längre fram i konsumentledet.

Om det däremot bara är möjligt för vissa aktörer att behålla en given vinstmarginal, trots att inköpskostnaderna blir högre, finns det anledning att anta att dessa aktörer har en relativt större marknadsmakt vis-a-vis tidigare led.

I analysen har Konkurrensverket kunnat se hur priserna på viktiga råvaror steg under 2021 för att sedan falla tillbaka under 2023. Dessa prisökningar kunde föras över till producentledet, det vill säga de tillverkande livsmedelsföretagen, och därefter vidare till dagligvaruhandeln (med viss fördröjning). Detta gäller i genomsnitt för alla de varugrupper som studerats.

Konkurrensverkets uppdrag har varit att analysera prisutvecklingen i *dagligvaruhandeln* och utreda om priserna i dagligvaruhandeln ökat mer än vad som motiveras av kostnadsökningarna, det vill säga vad varorna ökat i inköpspris.

I den här studien framgår det att dagligvaruhandelns bruttovinstmarginaler inte minskat under den tid då priserna ökade som mest. Det ger ett starkt stöd för att dagligvaruhandeln ökade sina priser med mer än vad som motiverats av högre priser på insatsvaror. I exemplet med matlagningssmör går det att se att leverantörens pris till dagligvaruhandeln gick upp med 28 kronor. Då borde priset ökat med 28 kronor i dagligvaruhandeln.

Men Konkurrensverkets analys visar att priset ökade med 36 kronor i dagligvaruhandeln. Dagligvaruhandeln kunde således först öka priset med leverantörens prisökning, därefter lägga till sin egen vinstprocent på prisökningen.

Analysen finner därför att omvärldsfaktorer endast kan förklara en del av de faktiska prisökningar som skett i dagligvaruhandeln. Snarare har de kostnadsökningar som uppstått i producentledet kunnat överföras till dagligvaruhandeln, som i sin tur har kunnat överföra dem i procent till konsumenterna. Denna "ränta-på-ränta-effekt", att dagligvaruhandeln först kunnat föra över producenternas pris till konsumenterna och vidare kunnat försvara sina bruttovinstmarginaler har lett till omfattande ökning av det pris som konsumenterna mött i butik och dagligvaruhandelns marginaler i kronor.

Konkurrensverkets bedömning är att dessa effekter i konsumentledet – att priserna ökat mer än vad som kan motiveras av ökade kostnader i produktionsledet – inte hade uppstått om konkurrensen varit bättre i dagligvaruhandeln.

De flesta av de bristsituationer som uppstod i samband med Rysslands invasion av Ukraina har lösts. Kriget pågår alltjämt, men olika investeringar och import från andra länder har gjort att beroendet av insatsvaror från Ryssland har upphört. Detta har lett till att priserna på dessa insatsvaror minskat, vilket är ett tecken på väl fungerande konkurrens. De snabba prisökningarna och de snabba prisminskningarna, till följd av investeringar och inträde av nya aktörer, visar att marknadsdynamiken i detta led fungerar väl.

Konkurrensverket kan dock notera att trots att dessa bristsituationer lösts och att priserna för insatsvaror minskat är konsumentpriserna i dagligvaruhandeln fortsatt höga. Konkurrensverkets bedömning är därför att marknadsdynamiken i senare led fungerar sämre. En välfungerande marknadsdynamik löser snabbt problem med brist som skapas av kriser som Rysslands invasion av Ukraina, men som Konkurrensverket observerat är matpriserna i Sverige fortsatt höga två år efter att dessa bristsituationer har lösts.

Inflationen har fungerat som ett förstoringsglas som visat konsekvenserna av dubbelmarginalisering ("ränta-på-ränta-effekter") och strategisk prissättning av aktörer med betydande marknadsmakt i livsmedelskedjan. Den har gjort redan existerande konkurrensproblem mer synliga.

Konkurrensverkets övergripande och sammanfattande slutsats är att dagligvaruhandelsaktörerna har, i varierande grad och på grund av marknadsmakt, kunnat öka vinstmarginalerna i kronor genom att tillämpa oligopolistiska prisstrategier mot konsumenterna. I praktiken innebär det att för vissa varor är dagligvaruhandelns ökade påslag större än vad som kan motiveras av ökningen i inköpskostnader.

1 Inledning

I det här avsnittet diskuteras rapportens övergripande frågeställningar, uppdrag och syfte. I avsnittet diskuteras också hur den här rapporten skiljer sig från andra studier, exempelvis SCB:s branschstudie om lönsamheten i dagligvaruhandeln och Konjunkturinstitutets specialstudie om den senaste tidens kostnadsökningar.

1.1 Ett regeringsuppdrag att utreda orsaker och konkurrensförhållanden

Mellan december 2021 och mars 2023 steg matpriserna i Sverige med 25 procent.¹ Med tanke på att livsmedel är en betydande utgift för de flesta hushåll, och att en markant ökning av livsmedelspriserna därmed blir en central faktor i en stigande inflation, har frågan om *varför* matpriserna ökat blivit aktuell.

En generell ståndpunkt som delas av många i livsmedelsbranschen är att kostnaderna i producentledet har ökat. Detta kan även bekräftas av utvecklingen för produktionsmedelsprisindex och producentprisindex, som båda ökade dramatiskt under den analyserade perioden. Detta har i sin tur, med viss fördröjning, medfört högre leverantörspriser för dagligvaruhandeln, vilket i sin tur har lett till högre priser i konsumentledet. I den allmänna debatten har flera omvärldsfaktorer nämnts som bidragande orsaker till att kostnaderna ökat. Bland dessa har torkan under 2018 lyfts fram, samt fågelinfluensan, Covid-19-pandemin, den försvagade svenska växelkursen och inte minst Rysslands invasion av Ukraina i februari 2022. Dessa händelser skapade brister på viktiga insatsvaror, samt i vissa fall förväntningar om kommande brister.

Att Sverige skulle drabbas av ökade livsmedelspriser i ljuset av dessa omvärldsfaktorer och bristsituationer var förklarligt. Frågan är snarare hur dessa ökade råvarupriser har förts vidare i livsmedelskedjan och hur de har påverkat konsumentpriserna i dagligvaruhandeln. En viktig frågeställning är därför hur priserna i dagligvaruhandeln har ökat i förhållande till kostnadsökningarna i producentledet.

I juni 2023 gav regeringen Konkurrensverket i uppdrag att analysera konkurrenssituationen inom livsmedelskedjan och hur konsumentpriserna har utvecklats i förhållande till kostnadsutvecklingen i bland annat dagligvaruhandeln. I uppdraget ingick även att vid behov lämna förslag på konkurrensfrämjande åtgärder.²

¹ [Jordbruksverket](#), KPI-J, Konsumentprisindex för jordbruksreglerade livsmedel.

² Klimat- och näringslivsdepartementet, Regeringsbeslut (2023-06-22) KN2023/03500, Regleringsbrev för budgetåret 2023 avseende Konkurrensverket, Kap. 6.

1.2 Andra utredningar

Det finns flera andra studier som undersökt om priserna i konsumentledet har ökat mer än kostnadsökningarna i producentledet och hur branschens lönsamhet utvecklats.³ Konkurrensverket har exempelvis i en egen studie analyserat förhållanden i äggkedjan. I den studien gick det att se att marginalerna hade ökat mer i packeriledet och i dagligvaruhandeln jämfört med prisutvecklingen i primärledet.⁴

En annan studie som ofta lyfts fram är SCB:s branschrapport över lönsamheten i dagligvaruhandeln.⁵ Enligt SCB ökade lönsamheten i primärproducentledet (jordbruk, jakt och fiske), livsmedelsindustrin och partihandeln under andra halvåret 2022. I dagligvaruhandeln (butiksledet) var lönsamheten oförändrad, enligt SCB.⁶ SCB:s rapport ger således stöd för uppfattningen att rörelsemarginalerna i de tre första leden i livsmedelskedjan ökade när priserna steg som mest under 2022, men att butiksledet inte tjänade ekonomiskt på de ökade priserna under 2022.

SCB går även ett steg längre och poängterar i sin studie att lönsamheten i dagligvaruhandeln (butiksledet) faktiskt minskade under första halvåret 2023.⁷ SCB anger att rörelsemarginalen minskade från 3,7 procent till 1,7 procent. I rapporten fastslås att det var "framförallt inom dagligvaruhandeln som lönsamheten försvagades."⁸ SCB diskuterar inte orsakerna till denna förändring i lönsamhet för dagligvaruhandeln utan konstaterar enbart att butikernas genomsnittliga lönsamhet försämrats första halvåret 2023.

I Konjunkturinstitutets specialstudie där institutet, också på uppdrag av regeringen, analyserat hur priserna utvecklats i förhållande till kostnaderna inom bland annat dagligvaruhandeln, framkommer det att priserna ökade med sex procentenheter mer än vad som kan förklaras av kostnadsökningar för perioden andra kvartalet 2019 till andra kvartalet 2023.⁹ Rapporten baseras på en input-output-baserad prismodell där prisutvecklingen beräknas utifrån den kostnadsutveckling på insatsvaror och arbetskostnader som varit. Modellens framräknade priser jämförs sedan med den faktiska prisökningen. Om den faktiska prisökningen är högre än modellens framräknade prisökning finns det stöd för, åtminstone teoretiskt, att priserna höjts mer än vad som kan förklaras av kostnadsökningarna.

³ I avsnitt 2.1 ges en utförlig beskrivning av de olika leden i livsmedelskedjan.

⁴ Konkurrensverket (2023-06-27), [Konkurrensen i äggkedjan](#).

⁵ [SCB: Svagare lönsamhet i dagligvaruhandeln](#), 2023-09.

⁶ Lönsamhet mätt som rörelsemarginal före avskrivningar.

⁷ Notera att uppgifterna för 2022 och för 2023 är baserade på preliminära uppgifter. För mer information om hur SCB har genomfört sin studie, se SCB.

⁸ Första halvåret 2023 i förhållande till 2022.

⁹ Konjunkturinstitutet (2023-12-18), [Pris- och kostnadsutvecklingen 2019–2023: Analys med en prismodell Konjunkturinstitutet](#).

Enligt Konjunkturinstitutets beräkningar var den faktiska *konsumentprisökningen* på livsmedel 28,8 procent, men enligt modellen borde konsumentpriset på livsmedel ökat med 22,8 procent. Det finns alltså stöd för att det pris som konsumenterna möter i butik ökat med mer än vad kostnaderna för dagligvaruhandeln gjort.

När Konjunkturinstitutet analyserar orsakerna till de oförklarade prisökningarna i konsumentledet finner de att det finns oförklarade prisökningar i producentledet. Konjunkturinstitutet finner att producentpriset gick upp med 37,4 procent medan det, enligt modellen, enbart skulle ökat med 22,5 procent mellan andra kvartalet 2019 och andra kvartalet 2023. Med andra ord kan 14,9 procentenheter av de ökade priserna i producentledet inte förklaras av ökade kostnader. Konjunkturinstitutet konstaterar att det således finns indikationer att producentpriserna ökat mer än livsmedelsindustrins kostnader.¹⁰

Deras förslag är att man kan dra en "tentativ slutsats att stora ökningarna på livsmedel i producentled åtminstone till del förklarar varför konsumentpriserna på livsmedel ökat mer än vad som är förenligt med kostnadsökningarna. I vilken grad handels påslag bidragit till prisutvecklingen är däremot svårare att säga." De framhåller att de inte kan uttala sig om så även skedde i dagligvaruhandels grossist- och detaljistled eftersom de inte har tillgång till data om handelsmarginalerna.

Konjunkturinstitutet lyfter själva fram en del metodologiska begränsningar i sin modell. Bland annat noterar de att i modellen antas ingen substitution mellan produkter eller förändringar i volym. Antagandet innebär alltså att producenter och konsumenter fortsätter att köpa samma produkter och samma volymmängd produkter, även om de går upp i pris, och utan att byta till billigare alternativ.

Konjunkturinstitutet påpekar även att *modellen i sig* inte beräknar vinster i ett företagsekonomiskt perspektiv. De konstaterar att priserna steg mer än vad som kunde förklaras av utvecklingen av branschens totala kostnads massa, speciellt i livsmedelsindustrin där de största oförklarade prisökningarna har skett. Konjunkturinstitutet kan dock inte identifiera i vilket led priserna har ökat mer än vad som motiveras av ökade kostnader. Konjunkturinstitutet lyfter därför fram att det är centralt att göra lönsamhetsanalyser av branschen för att se hur vinstutvecklingen gestaltat sig.

¹⁰ Konjunkturinstitutet (2023-12-18), [Pris- och kostnadsutvecklingen 2019–2023: Analys med en prismodell - Konjunkturinstitutet](#), sidan 21, tabell 5.

1.3 Frågeställningar, metod och insamlad data

Den här undersökningen utgår från regeringsuppdraget att analysera hur priserna har utvecklats i förhållande till kostnaderna. Detta övergripande uppdrag har brutits ner till följande frågeställningar:

1. Hur mycket av ökningen av konsumentpriset kan förklaras av omvärldsfaktorer såsom Rysslands invasion av Ukraina?
2. Om omvärldsfaktorer inte kan förklara hela prisökningen, har konsumentpriserna ökat med *mer* eller *mindre* än vad som motiveras av ökat pris från leverantörer?
3. Om priserna ökat med *mer* än vad som motiveras av ökat pris från leverantörerna, beror detta i så fall på bristande konkurrens?
4. Sammanfattningsvis, i vilket led i livsmedelskedjan hamnar pengarna som konsumenterna betalar?

Konkurrensverket har gjort en riktad analys av prisutvecklingen för sju specifika varugrupper för att se om handelsmarginalerna ökat. De sju varugrupperna är ägg, matolja, färsk kyckling, färskt förpackat matbröd, smör, ost och potatis. Dessa produktgrupper fördelas i sin tur på 960 olika artiklar.

Dessa sju varugrupper har valts ut av flera skäl. För det första är det relativt enkla produkter som tillverkas med relativt enkel produktionsteknik. För flertalet av dessa produkter finns det dessutom en klar koppling till foder- och gödselprisutvecklingen. För det andra går det att visa att just dessa varugrupper hade en lägre prisutveckling före Rysslands invasion av Ukraina i februari 2022 jämfört med jordbruksprodukter totalt sett. Med utgångspunkt i prisdata från Jordbruksverket kan ett genomsnittligt prisindex för sex av de sju varugrupperna beräknas. Om startåret sätts till 2015 (index 100) uppgår indexet i januari 2021 till 107. Under samma period uppgick KPI-J för jordbruksprodukter totalt sett till 110 i januari 2021, med 2015 som startår. Med andra ord steg priserna på jordbruksreglerade livsmedel totalt sett mellan 2015 och 2021 med 3 indexenheter mer än just dessa produktgrupper.

När indexserien förlängs till maj 2023 uppgick indexet för urvalet till 142. För jordbruksprodukter totalt sett uppgick indexet till 141. Det finns därför en klar indikation att priserna på just dessa varugrupper ökat mer än index för samtliga jordbruksprodukter, under den tid då inflationsökningarna var som störst. Sammantaget har priserna på dessa varor, till stor del svenskproducerade livsmedel, ökat med 35,5 procent från januari 2021 till maj 2023.

För att utreda om konsumentpriserna, under perioden januari 2021 till maj 2023, stigit mer än kostnadsökningarna har uppgifter om prisuppgifter och övriga försäljningsomkostnader uppgifter från de fyra största dagligvarukedjorna i Sverige inhämtats. I den här undersökningen har Konkurrensverket ålagt de fyra stora aktörerna på den svenska dagligvaruhandelsmarknaden, Ica, Axfood, Coop och Lidl,¹¹ att inkomma med specifika uppgifter gällande de sju nämnda produktgrupperna. Undersökningen baseras således på faktiska uppgifter och inte på estimat baserat på ett index, i det här fallet vad dagligvaruhandeln faktiskt betalat till sina leverantörer.

¹¹ Här benämns aktörerna med de varumärken som de vanligtvis identifieras med. Aktörernas grossistled består av Dagab AB, ICA Sverige AB, Coop Sverige AB samt grossistverksamheten inom Lidl KB. Det finns även en femte aktör, City Gross Sverige AB, som till 90 procent ägs av Bergendahlsfamiljen. City Gross ingår inte i studien, främst av anledningen att de inte är en egen grossist utan handlar sedan en tid tillbaka av Dagab. Det kan noteras att trots att City Gross har en omsättning på runt 10 miljarder kronor uppgår företagets marknadsandel till endast cirka 4 procent.

2 Faktorer bakom ökade priser

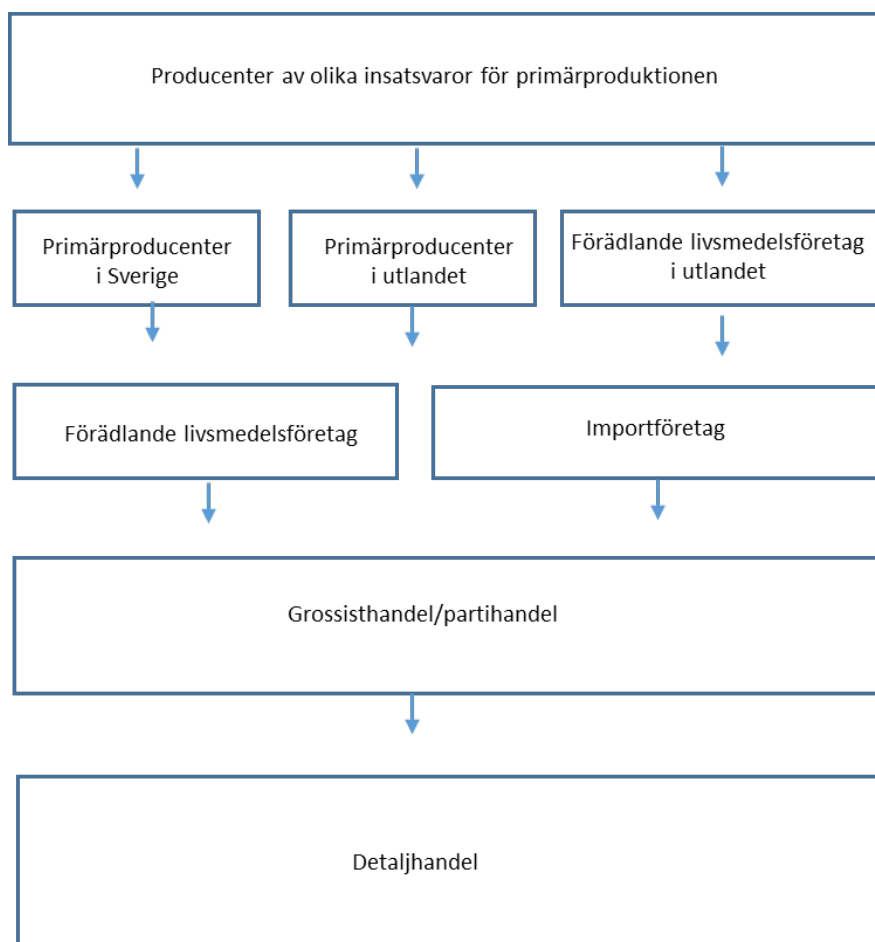
I det här avsnittet diskuteras livsmedelskedjans struktur, från primärproducenter till dagligvaruhandelns detaljistled. Den ekonomiska teorin om vad som kännetecknar god konkurrens diskuteras. I avsnittet visas hur råvarupriser ökade för att sedan falla, vilket gav effekter i dagligvaruhandeln. Det visas också hur priserna inte föll i dagligvaruhandeln, trots att de underliggande priserna på råvaror hade fallit.

2.1 Marknadens struktur och prissättning

Dagens höga matpriser är ett resultat av de stora förändringar i pris som skedde på viktiga insatsvaror för livsmedelsproduktionen under perioden 2021 fram till mars 2023. Denna prisstegring på livsmedel var i sin tur en konsekvens av flera olika faktorer som påverkade priser och marginaler i olika led i livsmedelskedjan.

Livsmedelskedjan börjar med producenter av insatsvaror för primärproduktion, såsom gödsel, utsäde, foder, energi och drivmedel. Nästa led utgörs av primärproducenter som exempelvis odlar grödor eller föder upp djur för slakt. Därefter följer livsmedelsföretag som förädlar råvaror till konsumentprodukter. Produkterna säljs sedan till partihandels- eller grossistföretag, eller i ett fåtal fall direkt till butik. Grossistföretagen säljer sedan varorna vidare till detaljhandelsföretag, i livsmedelskedjan vanligtvis benämnda dagligvaruhandelsföretag. Vissa företag i livsmedelskedjan är vertikalt integrerade, det vill säga att de är verksamma i flera olika handelsled, exempelvis genom att ha både primärproducent- och förädlingsverksamhet, eller både grossist- och detaljhandelsverksamhet.

Figur 1 De olika leden i livsmedelskedjan



Några definitioner kan vara värdefulla. *Primärproducenter* är företag eller enskilda näringsidkare aktiva inom jordbruket som producerar råvaror för vidareförsäljning till kooperativ, livsmedelsföretag och grossister. Primärproducenter kan också bedriva direktförsäljning till konsumenter eller dagligvaruhandeln. I kategorin finns exempelvis odlare av potatis, tomater och äpplen.

De förädlade livsmedelsföretagen är företag som på olika sätt framställer och förädlar livsmedel. Förädling kan ske i flera led. Företagen säljer livsmedel till kunder i nästa handelsled, som oftast består av grossister och, på den svenska marknaden, till dagligvaruhandelns inköpsfunktioner. Det förekommer också att leverantörer säljer sina varor direkt till handeln. Exempel på förädlade livsmedelsföretag är Orkla, Unilever, Arla och Scan.

Det är främst två faktorer som påverkar storleken på marginalerna i varje led. Dels hur elastisk efterfrågan är, dels hur priser sätts. Prissättningen av insatsvaror och för primärproducenternas produkter kännetecknas av förekomsten av internationella råvarubörser och spannmålsbörser. På dessa marknader sätts priset marknadsmässigt. Priser i detta led speglar således utbud relativt efterfrågan på världsmarknaden.

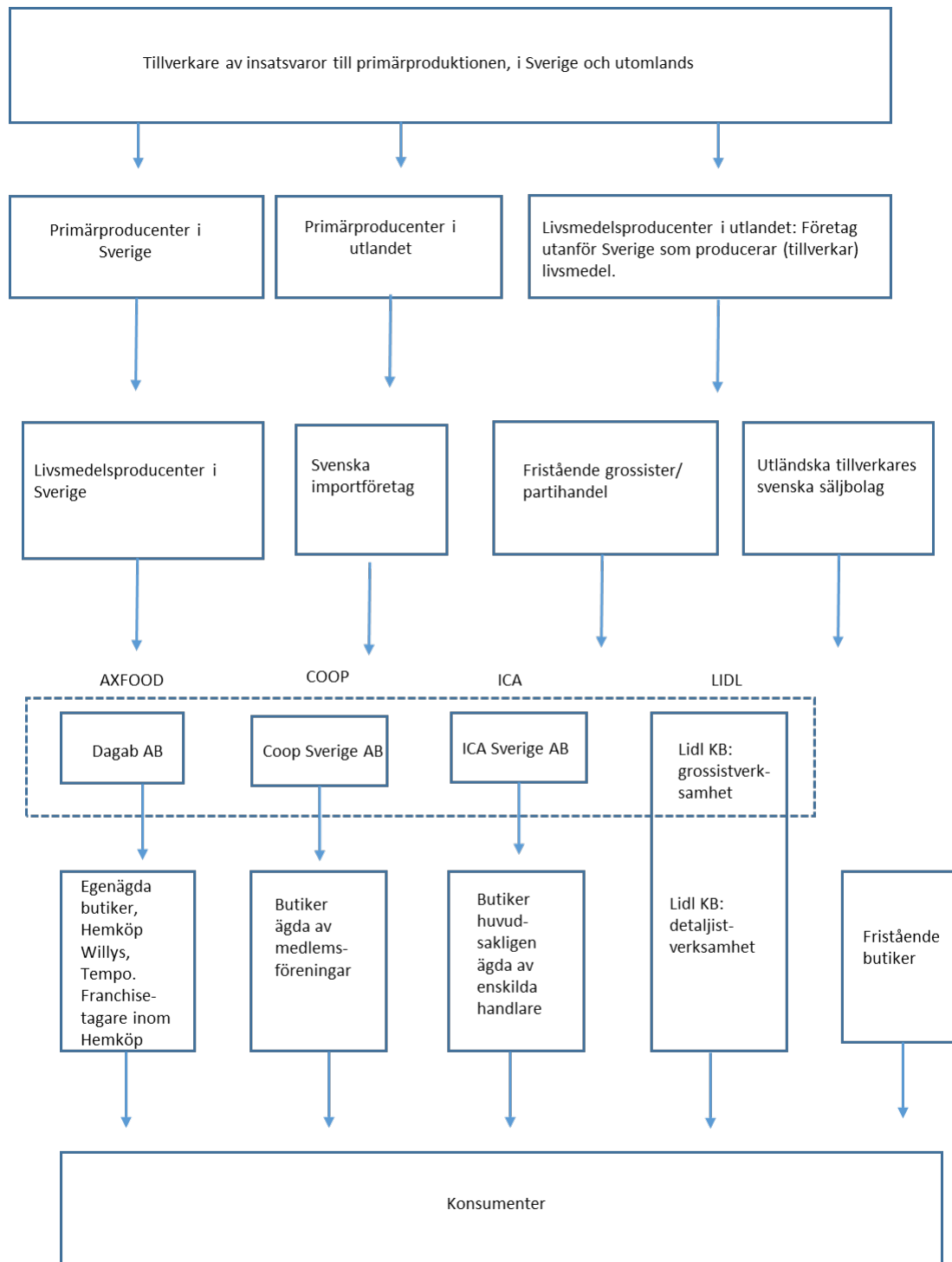
Priset kommer därför att stiga antingen om efterfrågan ökar, som vid stimulansåtgärderna under Covid-19-pandemin, eller om utbudet minskar, som när det uppstod brist på solrosolja, raps och ägg.

Priserna i *mellanleden* däremot, avspeglar inte alltid marknadspriser. Här är långa kontrakt mer förekommande, vilket leder till att priserna visserligen blir mer stabila än om de hade varit marknadspriser, men de ger upphov till både överskott och underskott. I dessa led påverkas priser och avtalsvillkor, som exempelvis vem som bär risken vid osålda varor, av förhandlingsstyrkan.

Den svenska livsmedelsmarknaden kännetecknas av en stark koncentration i grossistledet.¹² I nedanstående figur har de fyra stora dagligvaruhandelskedjornas grossistverksamheter markerats med en streckad linje. De heldragna pilarna visar de huvudsakliga handelskanalerna.

¹² En sammanställning av omsättningen för de grossistföretag som är verksamma på den svenska livsmedelsmarknaden visar detta med stor tydlighet. Den sammanlagda omsättningen för Ica Sverige AB, Dagab AB och Coop Sverige AB uppgick till 194 miljarder kronor för 2022. Lidl KB:s grossistverksamhet är inte särredovisad i företaget årsredovisning. En sökning på företag som har SNI-koder definierade som livsmedelsgrossister visar att den sammanlagda omsättningen för fristående grossister utan ägarskap med ICA, Coop eller Axfood uppgår uppskattningsvis till 14–15 miljarder kronor årligen. Dessa fristående grossister är dessutom främst verksamma inom varukategorin frukt/grönt och betydligt fler till antalet.

Figur 2 De olika leden i livsmedelskedjan, återgiven för svenska förhållanden



I grossistledet är marknadskoncentrationen högst med tre grossister. Av dessa säljer endast Dagab till fristående handlare. Priserna sätts centralt för Willys och Lidl. För Coop och Ica lämnas prisstöd i form av rekommenderade priser eller så kallade prisboxar.

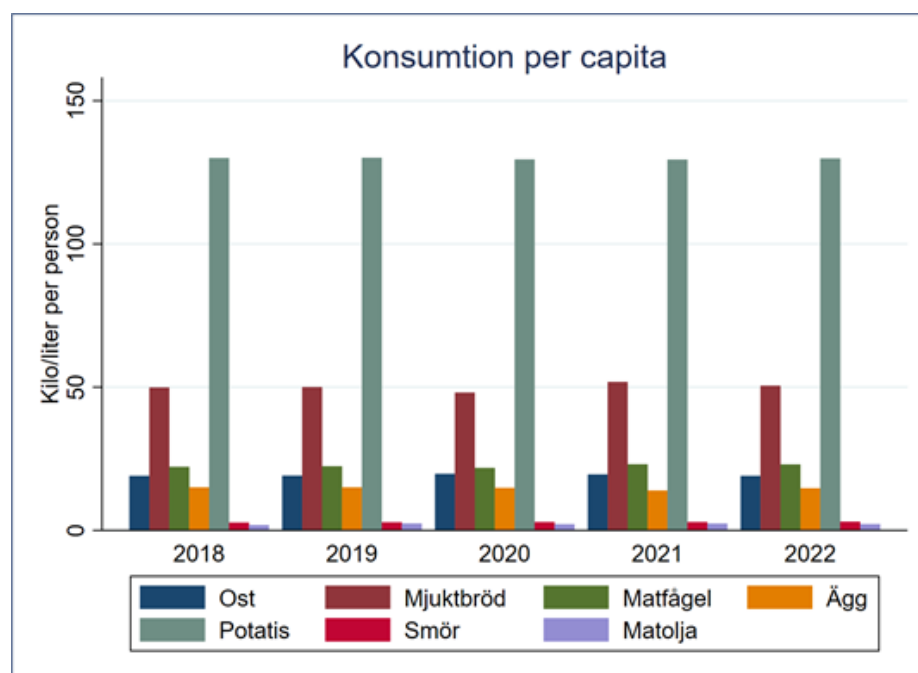
I den här analysen har Konkurrensverket använt ovägda genomsnitt för dessa rekommenderade priser, vilket i praktiken innebär att ICA fått för liten vikt, och Lidl för stor. Ett robusthetstest har dock visat att vikterna inte förändrar de kvalitativa resultaten.

Vidare kan det noteras att detta sätt att beräkna priser inte leder till prisökningar som skiljer sig nämnvärt från SCB:s statistik, som är baserad på faktiska priser som konsumenter betalat, inklusive rabatter. Denna metod gör det möjligt att se om det sker någon förändring i prissättningsstrategi för de fyra aktörer som analyserats, som kan ha bidragit till prisökningarna.

2.2 Stabila volymer

Ett utmärkande drag för den svenska konsumtionen av livsmedel är att den är ganska konstant. Även om perioden 2018–2023 varit turbulent rent prismässigt, har den volymmässigt varit stabil. Den årliga konsumtionen av de sju produktkategorier vi analyserat uppgår till 240 kilo per person. Det motsvarar 35,5 procent av den totala livsmedelskonsumtionen per capita. Även om det har skett substitution mellan artiklar inom varje varugrupp, så har den totala konsumtionen inom respektive produktgrupp varit stabil.

Figur 3 Livsmedelskonsumtion per capita i kilo.



Källa: Jordbruksverket

Även om torkan under 2018 påverkade priset på spannmål och spannmålslagren, påverkades inte konsumtionen i Sverige. Likaså påverkades inte heller den totala konsumtionen per capita under pandemin 2020. Däremot skedde en förändring i hur konsumenter konsumerade livsmedel. I stället för att besöka restauranger och storkök valde konsumenterna, till viss del påverkade av införda förordningar, restriktioner och rekommendationer, att konsumera mer hemlagad mat i hemmet. Under 2021 erfor konsumenterna en viss äggbrist på grund av utbrott av fågelinfluensa. Denna gång kunde produktionsbortfallet lösas med ökad import.

Det går att argumentera för att dagligvaruhandelns efterfrågan på produkter från livsmedelsproducenterna inte är oelastisk, eftersom detta led kan importera varor om det skulle uppstå en lokal brist.

2.3 Prisers uppgång och fall i primärledet

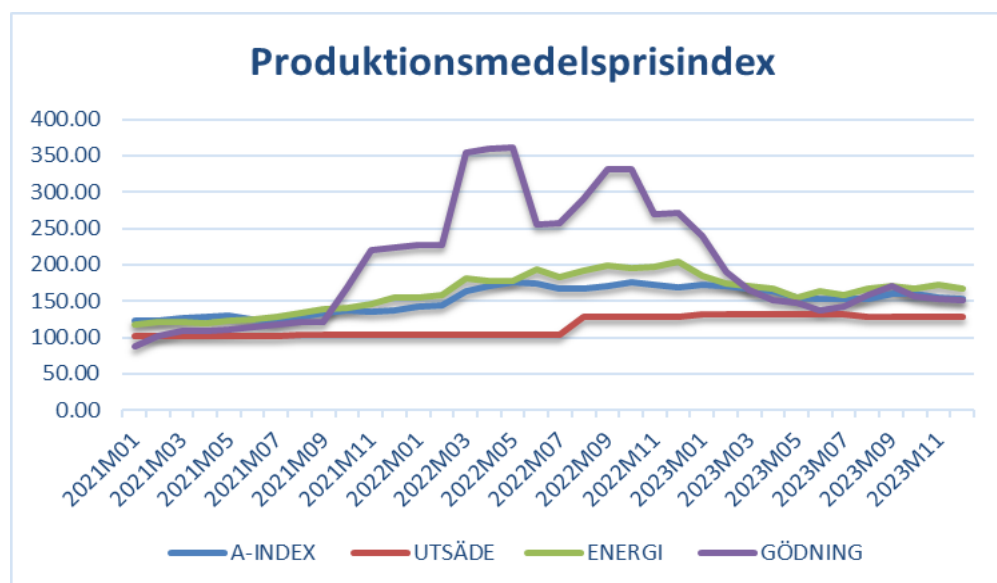
En central fråga i analysen har varit att utreda hur stor del av prisökningen i konsumentledet som kan förklaras av omvärldsfaktorer som påverkade kostnader i tidigare led, exempelvis producentledet.

I det första ledet i livsmedelskedjan sätts priserna på internationella råvarubörser. Flertalet av de identifierade kostnadsökningarna började i detta led. Råvarupriserna drevs först upp av de olika stödåtgärderna under pandemin 2021. Sedan förstärktes den uppåtgående trenden under 2022 av produktionsstörningar, spekulation och brister på vissa varor som uppstod som en följd av Rysslands invasion av Ukraina och EU:s sanktioner mot Ryssland.

I efterhand framträder ett ganska tydligt mönster. Produktionsmedelspriserna, det vill säga insatsvarupriserna, började öka under 2021, nådde sin topp under 2022, för att sedan falla och stabiliseras under 2023 på en något högre nivå. I figur 4 illustreras detta, där procentuella förändringar i avräkningspriser visas. Här jämförs avräkningsindex (A-index), benämningen för vad primärproducenterna får betalt för jordbruksprodukter, med index för utsäde, energi och drivmedel, samt gödnings- och jordförbättringsmedel. Det framgår tydligt att A-index är bäst korrelerat med procentuella förändringar i energi- och drivmedelsprisindex.

Ur konkurrenssynvinkel är det intressant att notera att gödselpriserna ökade mest, procentuellt sett. Flera faktorer anses ligga bakom detta, men en av dessa är att marknaden är högt koncentrerad. Utöver en hög koncentration ökade priserna på gas som används i produktionen. Dessutom uppstod det brist i och med sanktionerna mot Ryssland. För Sveriges del innebar sanktionerna mot Ryssland att runt 20 procent av tillgången av konstgödsel försvann.

Figur 4 Produktionsmedelsprisindex



Källa: Jordbruksverket

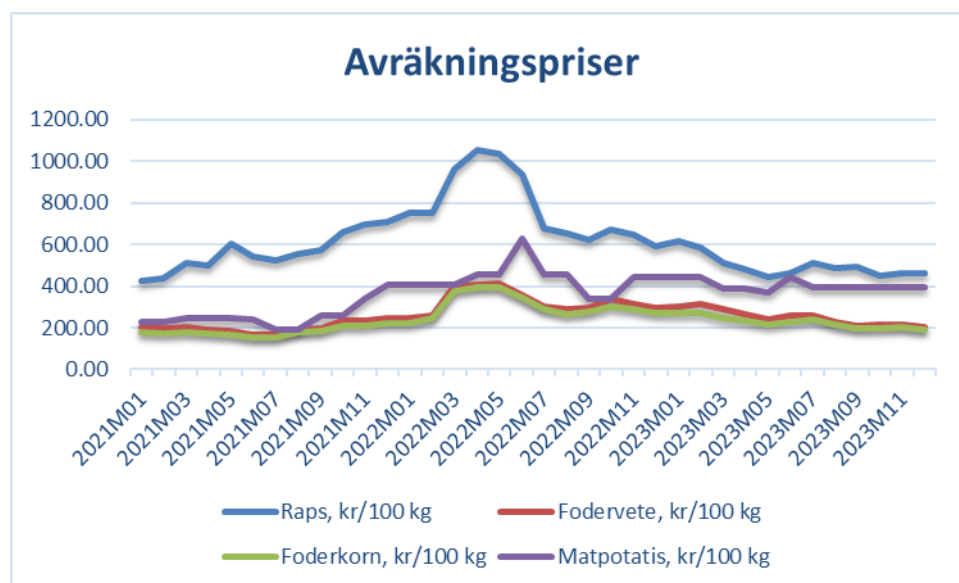
Ett index som mäter procentuella förändringar i pris kan dock vara missvisande. Sammanställningar av avräkningspriser för raps, fodervete och potatis återspeglar samma mönster som för konstgödsel: priser som går upp, för att sedan falla. Se Figur 5.

Några exempel kan illustrera detta. Priset på fodervete fördubblades på lite drygt ett år, från 205 kronor per hundra kilo i januari 2021 till 412 kronor per hundra kilo när det nådde sin topp i april 2022. Därefter föll priset snabbt för att i december 2023 uppgå till 200 kronor per hundra kilo.

Liknade utveckling har priset på raps haft. Rapspriset ökade från 424 kronor per hundra kilo i januari 2021 till 1 056 kronor per hundra kilo när det nådde sin topp i mars 2022. I december 2022 var priset nere på 463 kronor per hundra kilo.

Båda dessa exempel visar en prisuppgång som börjar 2021 som sedan förstärktes av Rysslands invasion av Ukraina, men som därefter föll tillbaka. I vissa fall föll priserna även till nivåer som är lägre än före Rysslands invasion av Ukraina.

Figur 5 Avräkningspriser



Källa: Jordbruksverket

Förklaringen till det vågliknande mönster som framträder i figur 5 kan sökas i hur marknaden reagerade på faktisk brist på konstgödsel och, som en konsekvens av det, förväntad brist på spannmål. Det går att se att spannmålspriserna påverkades både av priset på konstgödsel och den spekulation som uppstod i samband med Rysslands invasion av Ukraina, då det fanns farhågor att bristen på spannmål skulle bli större än vad den i slutändan blev. Prisökningarna på spannmål blev därför högre än vad som kunde motiveras av produktionsbortfallet i Ukraina.¹³

De extrema gödselpriserna drev på miljardinvesteringar i konstgödselproduktion i Sverige, vilket ledde till en snabb nedgång av gödselpriset.¹⁴ Som exempel kan anläggningen i Upplands-Bro lyftas fram, en anläggning som blev klar under hösten 2022 och som därmed ökade utbudet. Detta drev i sin tur ner priserna på spannmål ytterligare efter spekulationsbubblan.

Det kan även noteras att uppgången i foderpriser påverkade kostnaderna för produktionen av ägg och kyckling, och även i förlängningen kostnaderna för mejeriprodukter såsom ost och smör. Det finns en ganska stark korrelation mellan vad en höna konsumerar i foder och vad den värper i ägg. För att en höna ska värpa ett kilo ägg krävs två kilo foder. Det går därför att visa att det fallande foderpriset resulterade i en kostnadsminskning från 8 kronor per kilo ägg när priset var som högst i april 2022, till 4 kronor per kilo ägg när foderpriset fallit tillbaka.

¹³ T Jansson och F Wilhelmsson Impacts on agricultural markets of a large production loss in Ukraine AgriFood Economics Centre 4 april 2022

¹⁴ Sverige på väg ut ur ryskt grepp – företagen storsatsar. Dagens industri 3 juni 2022 Pontus Herin

På samma sätt påverkade ökade elpriser kostnaden för bröd. När spotpriset på el var som högst 2022 var skillnaden mellan elprisområde 1 och 4 ungefär en krona per kWh. Om spotpriset uppgick till 1,620 kWh i södra Sverige uppgick det samtidigt till 0,664 kr/kWh i norra Sverige.

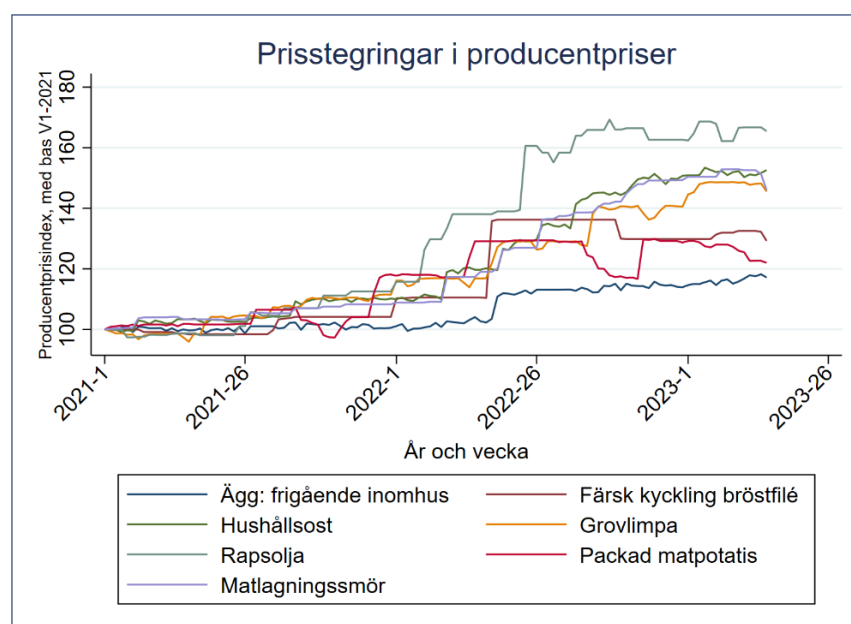
Företag med hög skuldsättningsgrad påverkades också av den stigande räntenivån. En annan viktig faktor som haft inverkan på produktionskostnaderna är den svenska växelkursen, främst då kronor mot euro. Som exempel kan nämnas att en svensk krona var värd 0,1 euro i oktober 2021. Därefter försvagades den svenska kronan mot euro och i maj 2023 var en svensk krona värd 0,086 euro. Denna växelkursförändring påverkade importpriser och kan förklara ökade inköpskostnader för importerade varor.

Dessa exempel – fördubbling av priserna för vissa insatsvaror, stigande el- och råvarupriser, stigande räntenivå, fallande kronkurs – ger indikationer på storleksordningen på de kostnadsökningar som berodde på omvärldsfaktorer och som sedan fördes över till senare led.

2.4 Prisökningar i producentledet

Det finns en variation mellan olika varugrupper i hur mycket av prisökningen i producentledet som återspeglar ökade priser på insatsvaror. Exempelvis har kyckling- och äggproduktionen samma insatsvaror men de har inte samma ökningstakt i producentpriser. I Figur 6 visas utvecklingen för ett urval av de produkter som omfattades av Konkurrensverkets informationsinhämtning av priser från dagligvaruhandelskedjorna.

Figur 6 Producentprisindex, beräknat utifrån ett oviktat medelvärde av specifika varugrupperingar.



Det finns inte något generellt mönster, annat än att priserna har stigit. Varje produkts prisstegring har en egen förklaring om samspelet mellan brist, förväntan om brist och bristande konkurrens.¹⁵

Två exempel med varor som det rått stor brist på kan illustrera detta. Rapsolja och ägg har den högsta, respektive lägsta ökningstakten i leverantörspris i urvalet.

Var pengarna hamnar vid brist beror helt på den vertikala maktbalansen (styrkeförhållandet mellan aktörerna i de olika leden i livsmedelskedjan). Detta återspeglas inte minst i avtalsstrukturen. För kategorierna smör och ost sker en stadig uppgång i pris i producentledet. Likaså för bröd. Det framgår att *trots* att spannmålspriserna och elpriserna har fallit markant har priset från bageri till dagligvaruhandeln *fortsatt* att gå upp. De varor där det går att observera en viss nedgång i leverantörspris till dagligvaruhandeln är kycklingfilé och potatis, vilket kan indikera att maktförhållandena är annorlunda. För varugruppen potatis finns även en säsongsvariation.

¹⁵ Konkurrensverket kan inte utesluta att det finns bristande konkurrens i producentledet. Den insamlade informationen rör prisutvecklingen i dagligvaruhandeln.

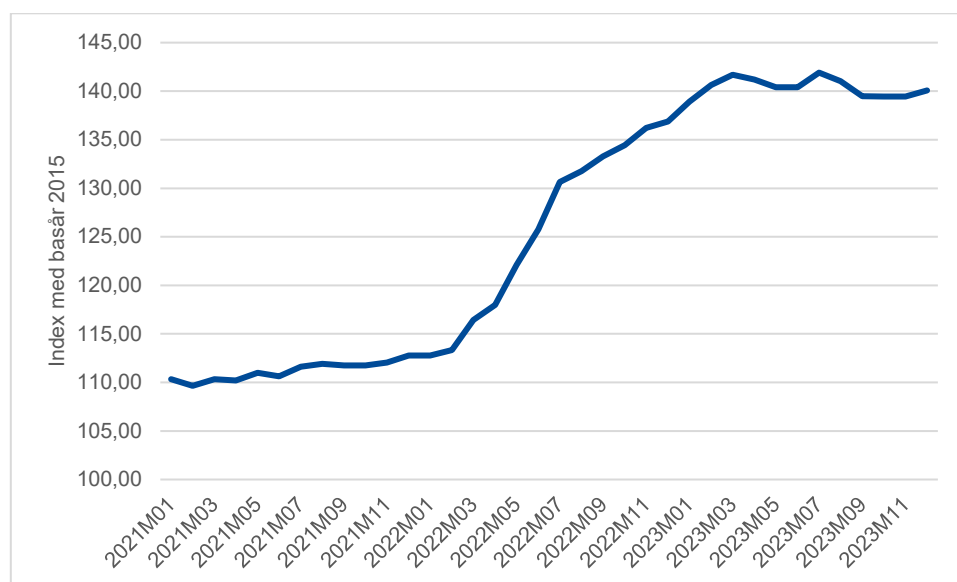
2.5 Prisökningar i dagligvaruhandeln

Dagligvaruhandelns ökade kostnader handlade inte bara om ökade leverantörspriser, utan också om de mer långsiktiga konsekvenserna av stödåtgärderna och hushållens omlagda köpvanor under Covid-19-pandemin. Enligt SCB:s studie av lönsamheten i livsmedelsbranschen hamnade pengarna från hushållens ökade efterfrågan under 2020 och 2021 främst i dagligvaruhandeln som noterade rekordvinster. Det kan noteras, att även om den totala konsumtionen av dessa varugrupper är tämligen konstant (se figur 3) är det en skillnad om varugrupperna konsumeras i storkök, restaurang eller hemma.

När det gäller överföring av kostnader från tidigare led är det anmärkningsvärt att det knappt går att se några spår av den vågrörelse av priser som varit framträdande i både primärproducentledet och producentledet. Det går att se en kraftig ökning av livsmedelspriser, men nästan ingen minskning alls när priserna i producentleden går ner.

I figur 7 visas prisutvecklingen för jordbruksprodukter i konsumentledet. Det framgår att konsumentpriserna ökade snabbt till en betydligt högre nivå än före den temporära kostnadskrisen med mycket höga priser för konstgödsel. Prishöjningen från producentled skedde med en viss fördröjning. Men efter prishöjningarna, även fram till december 2023, finns inga tecken på kraftigt fallande konsumentpriser för jordbruksreglerade livsmedel enligt Jordbruksverket. Priserna har snarare stabiliserats på en nivå i december 2023 som är 30 indexenheter högre än i januari 2021.

Figur 7 Konsumentprisindex för jordbruksprodukter

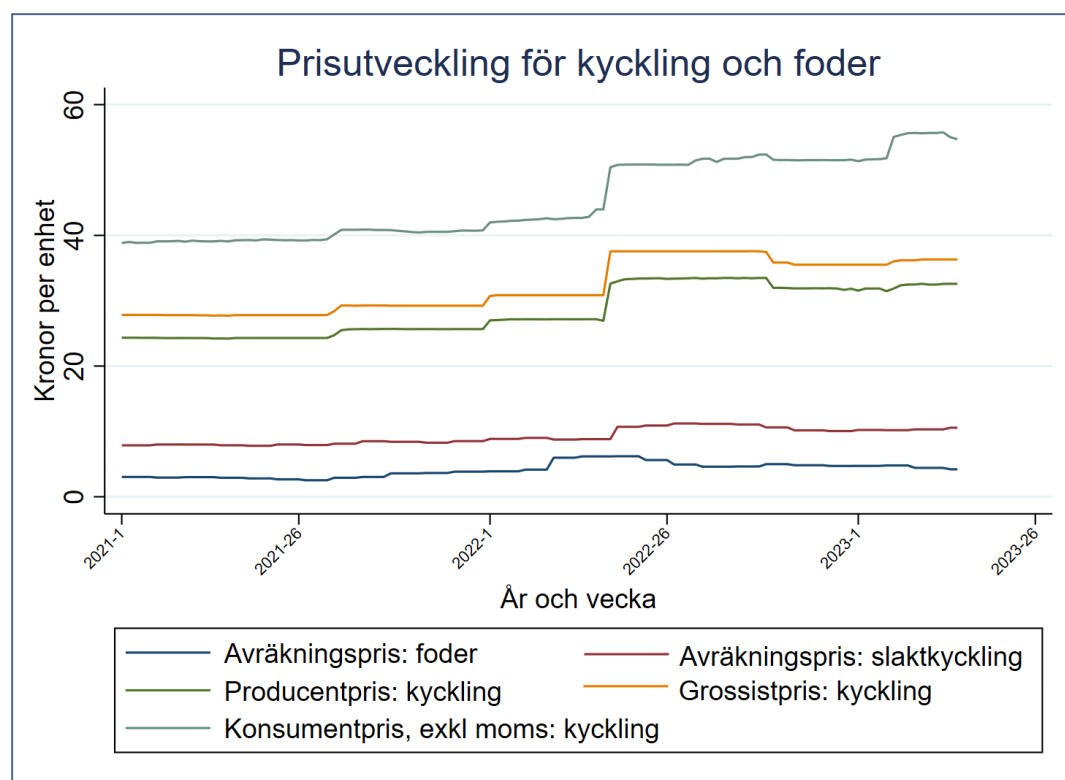


Källa: Jordbruksverket

De ökade konsumentpriserna beror inte bara på ökade leverantörspriser, utan även hur stor marginal i kronor (det vill säga inte i procent) som dagligvaruhandeln väljer för varje varukategori.

Eftersom priserna inte justerats nedåt går det att argumentera för att priserna ökat mer än vad kostnaderna ökat. Ett exempel på kyckling kan illustrera detta. I figur 8 visas prisutvecklingen för kyckling samt avräkningspris för foder, en av de insatsvaror som krävs för att producera kyckling.

Figur 8 Prisutveckling hel ej-ekologisk kyckling



Not: Avräkningspris foder: [jordbruksverket](#) (Medelvärde av vete, korn och foderhavre). Avräkningspris fjäderfå: [jordbruksverket](#). Åtgång av foder: 1.7kg foder för ett kilo kyckling, [Bonden i skolan](#)

Först kan det noteras att en kraftig uppgång i priset på foder ledde till en uppgång i priset på slaktkyckling (med viss fördröjning). När foderpriset sedan gick ner, gick även priset på slaktkyckling ner, något långsammare dock. När priset på slaktkyckling föll, minskade även producent- och grossistpriset, men inte priset i dagligvaruhandeln. Där låg priset stabilt och höjdes även betydligt mer än vad uppgången i leverantörspris motiverade.

Det kan därför argumenteras för att det finns stöd för att priserna i dagligvaruhandeln ökat *mer* än kostnaderna i tidigare led.

Sammantaget finns det två effekter av konkurrenssituationen i dagligvaruhandeln som bidragit till dagens höga matpriser. Den första har diskuterats ovan – exemplet för hel kyckling visar på prisökningar som var högre än vad som motiverades av ökade leverantörspriser. Den andra är att priset förblev högt, även när kostnaderna gick ner.

3 Dagligvaruhandelns marginaler

I det här avsnittet redogör Konkurrensverket för skillnaden mellan marginaler i kronor och marginaler i procent. I avsnittet visas hur dagligvaruhandeln kunde öka sina vinstmarginaler trots att priserna från leverantörerna ökade. Därefter visas prisutvecklingen för de sju varugrupperna.

3.1 Bruttovinstmarginalen – ett dagligvaruhandelsföretags affärsidé

Ett dagligvaruhandelsföretag, antingen en grossist eller en detaljist, är ett *handlande* företag. Varor köps in och säljs vidare. Ett dagligvaruhandelsföretag förädlar principiellt sett inte livsmedel på något annat sätt än att de gör livsmedlen tillgängliga för konsumenterna.

Ur ett affärsmässigt perspektiv är därför skillnaden mellan varornas inköpspris och varornas försäljningspris den viktigaste marginalen, eftersom det är affärsidéns enda intäktskälla. Vinsten som uppstår i prisskillnaden mellan vad varorna köps in för och vad varorna säljs för ska täcka alla andra kostnader och ägarnas avkastning på satsat kapital.

Skillnaden mellan varornas försäljningspris och varornas inköpspris benämns vanligtvis som bruttovinst eller bruttovinstmarginal. Vanligtvis beräknas bruttovinstmarginalen för en vara som försäljningspriset minus inköpspriset, delat på försäljningspriset. Uppställt som en formel:

Formel 1 Bruttovinstmarginal

$$\text{Bruttovinstmarginal} = \frac{\text{Försäljningspris} - \text{Inköpspris}}{\text{Försäljningspris}}$$

En vara som köps in för 80 och som säljs vidare för 100 har då en bruttovinstmarginal på $(100 - 80) / 100 = 20$ procent.

Från butiksperspektivet finns det olika strategier för att bestämma hur marginalen mellan försäljningspris och inköpspris ska sättas. Ytterst schematiskt kan ett förslag vara att en viss försäljningsvolym antas generera en given mängd fasta kostnader, och på basis av summan av dessa fasta kostnader samt ägarens avkastningskrav kan marginalens storlek, eller *påslaget*, räknas fram.

Rent praktiskt kan påslaget bestämmas som ett fast påslag i kronor eller ett fast påslag i procent. Ett alternativ är att ha rörliga påslag, exempelvis att påslaget är större eller mindre för vissa varor. Det går också att göra kombinationer. Och naturligtvis påverkas marginalen, och slutligen butikspriset som konsumenten möter, av marknadens utbud och efterfrågan.

För en vinstmaximerande aktör är det centralt att känna till hur pass känslig efterfrågan är för prisökningar. Om efterfrågan är känslig för prisökningar kan en lägre bruttovinstmarginal maximera vinsten. Om efterfrågan är mindre känslig kan en högre bruttovinstmarginal maximera vinsten. Således kan en aktör med marknadsmakt välja olika marginaler för olika produkter beroende på hur känslig efterfrågan för den specifika produkten är för prisökningar.

I detta avsnitt ligger fokus på dagligvaruhandelsledet. Även om detta led påverkas av omvärldsfaktorer torde denna påverkan mestadels vara indirekt.¹⁶ Priserna i detaljhandelsledet mot konsument påverkas av det påslag, eller marginal, som dagligvaruhandelsföretagen lägger på.

3.2 Marginal i kronor och bruttovinstmarginal per enhet

Hur mycket av prisökningarna kan förklaras av högre inköpspriser för varorna, och hur mycket av prisökningarna kan förklaras av att dagligvaruhandelsföretagen behållit, minskat eller ökat marginalerna?

I den här analysen har två mått använts för att mäta dagligvaruhandelns marginaler. Det första är marginalen i kronor. Det andra är bruttovinstmarginalen per enhet. Marginalen i kronor är precis som det låter, skillnaden mellan försäljningspris och inköpspris, i kronor, för en viss vara. Bruttovinstmarginalen är marginalen i kronor, dividerat med försäljningspriset. I analysen nedan även uttryckt per enhet.

Det finns en pedagogisk poäng i att visa marginalen i kronor jämsides med bruttovinstmarginalen i procent eftersom bruttovinstmarginalen ger en inblick i den relativa marknadsmakten.

Ett enkelt exempel med påslag i procent kan illustrera detta.¹⁷ Om en butik som säljer en viss vara, som vanligtvis köps in för 10 kronor, tillämpar ett påslag på 20 procent eller två kronor, ger det en bruttovinstmarginal på 17 procent och två kronor i marginal. Om sedan leverantören ökar sitt pris med 10 procent har butiken normalt sett möjligheten att behålla rådande påslag. Om butiken samtidigt kan behålla sin rådande bruttovinstmarginal i procent, ökar den faktiska marginalen i kronor till 2,2 kronor.

¹⁶ Det är klart att en livsmedelsbutik påverkas av exempelvis högre energikostnader. Men en livsmedelsbutiks ojämförbart största kostnad är *kostnad sålda varor*, det vill säga inköpskostnaden för de varor som sålts. Priset på dessa varor påverkas av leverantörernas produktionskostnader, som i sin tur är direkt påverkade av olika omvärldsfaktorer. Ett utbrott av torka kan driva upp priset på raps, vilket gör att butikernas inköpskostnad för rapsolja ökar. Omvärldsfaktorn påverkar butiken, men indirekt via högre inköpskostnader.

¹⁷ Det kan noteras, att av dataunderlaget framgår det att dagligvaruhandeln i genomsnitt började arbeta med påslag i procent först under 2022. Före det hade dagligvaruhandeln i genomsnitt, att döma av dataunderlaget, fasta påslag i kronor.

Något paradoxalt kan det tyckas, men den ökade kostnaden leder till en högre vinst i kronor i nästa led. Detta beror på att påslaget som butiken gör är procentuellt. I nationalekonomisk teoribildning kallas detta för dubbelmarginalisering, där nästa led tar ut vinst på föregående leds vinst.

Om butiken agerade i en situation med väl fungerande konkurrens kan butiken enbart kompensera sig för det påslag *i kronor* som leverantören ökar sitt pris med. Om butiken höjde priset mer än detta påslag skulle efterfrågan försvinna. Således ökar butiken priset med en krona, eftersom det är den kostnad som leverantören har lagt på sitt pris. Butikens utpris till konsument blir då 13 kronor (11 kronor plus butikens marginal på 2 kronor). Det innebär samtidigt att butikens bruttovinstmarginal minskar från 17 procent till 15 procent.

Men om butiken kan behålla den rådande bruttovinstmarginalen blir utpriset i butik 13,2 kronor. Det kan butiken endast göra om den befinner sig på en monopol- eller oligopolmarknad och har marknadsmakt (se vidare avsnitt 4.2).

Tabell 2 Före förändring

| Leverantörens pris | Butikens påslag i procent | Butikens påslag i kronor | Konsumentens pris | Butikens bruttovinstmarginal | Butikens marginal i kronor |
|--------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|------------------------------|----------------------------|
| 10 kr | 20 % | 2 kr | 12 kr | 17 % | 2 kr |

Vid väl fungerande konkurrens: butiken kan föra över kostnadsökningen och bibehålla marginalen i kronor

Tabell 3 Leverantören höjer priset med 10 procent

| Leverantörens pris | Butikens påslag i procent | Butikens påslag i kronor | Konsumentens pris | Butikens bruttovinstmarginal | Butikens marginal i kronor |
|--------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|------------------------------|----------------------------|
| 11 kr | (gäller inte) | 2 kr | 13 kr | 15 % | 2 kr |

Med marknadsmakt: butiken kan föra över kostnadsökningen och bibehålla tidigare bruttovinstmarginal

Tabell 4

| Leverantörens pris | Butikens påslag i procent | Butikens påslag i kronor | Konsumentens pris | Butikens bruttovinstmarginal | Butikens marginal i kronor |
|--------------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|------------------------------|----------------------------|
| 11 kr | 20 % | 2,20 kr | 13,2 0 kr | 17 % | 2,20 kr |

I den här analysen har Konkurrensverket analyserat marginalen i kronor och bruttovinstmarginalen för de sju olika varugrupper som studerats. Hur mycket av prisökningarna på smör, bröd, ost, ägg, kyckling, matolja och potatis förklaras av ökade leverantörspriser? Och hur mycket förklaras av de pålägg som görs i grossist- och detaljistled? Analysen har gjorts för totalen, samt separat för varje varukategori.

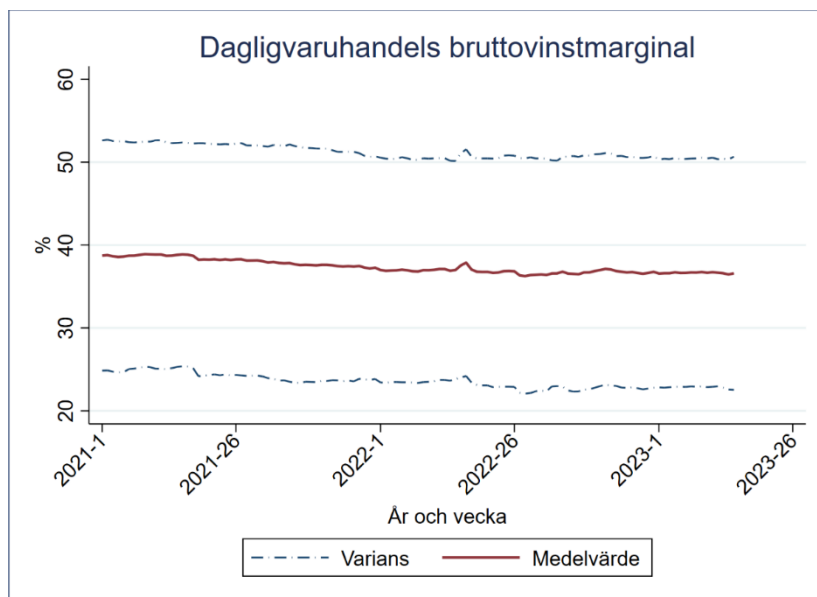
Det finns två skäl att slå ihop dessa två marginaler för den övergripande analysen. Det första är för jämförbarhet. En aktör på marknaden, Lidl, har inget separat grossistled utan är helt vertikalt integrerad. Det andra skälet är att även de andra dagligvaruhandelskedjorna är *de facto* vertikalt integrerade i flera viktiga avseenden. Det är bara en av de stora grossisterna, Dagab, som säljer till oberoende livsmedelsbutiker. Grossistled och detaljhandel kommer dock att redovisas i grafer för olika produktkategorier. Där framkommer hur stora handelsmarginalerna, i genomsnitt, är i de två leden.

3.3 Dagligvaruhandelns procentuella bruttovinstmarginal har varit konstant, men marginalerna i kronor har ökat

Som diskuterats tidigare började priserna på viktiga råvaror stiga under 2021, vilket gjorde att livsmedelsproducenterna höjde sina priser gentemot dagligvaruhandeln (grossist- och detaljistleden). Konkurrensverkets analys visar att dagligvaruhandeln i sin tur höjde priserna mot konsument med sin marginal i kronor. Detta ledde till att dagligvaruhandelns bruttovinstmarginal minskade, helt i enlighet med teorin (se exemplet i avsnitt 3.2).

Det var dock först i samband med Ryssland invasion av Ukraina som dagligvaruhandeln började försvara den rådande bruttovinstmarginalen. En sammanställning av dagligvaruhandelns bruttovinstmarginal visar just detta, att den minskar under 2021 för att ligga på en konstant nivå under 2022.

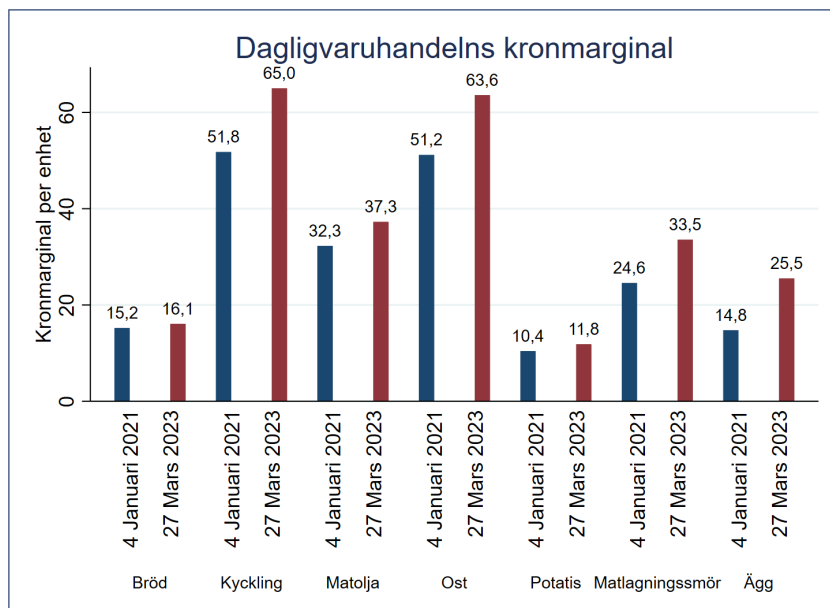
Figur 9 Dagligvaruhandelns bruttovinstmarginal per enhet för de sju utvalda produktkategorierna.



Not: Medelvärdet är oviktat över dagligvaruhandelns aktörer (grossist- och detaljistled). Variansen är medelvärdet +/- standardavvikelsen.

Som en följd av ökade priser från leverantörerna, och en bibehållen bruttovinstmarginal, borde dagligvaruhandelns marginaler i kronor öka. Detta är också något som framkommer i den analys som Konkurrensverket gjort. I figur 10 nedan visas hur stora marginalerna i kronor i dagligvaruhandeln varit i genomsnitt för respektive varugrupper för de 960 artiklar från de fyra aktörerna och för alla olika butikskoncept, för första veckan i januari 2021 och sista veckan i mars 2023.

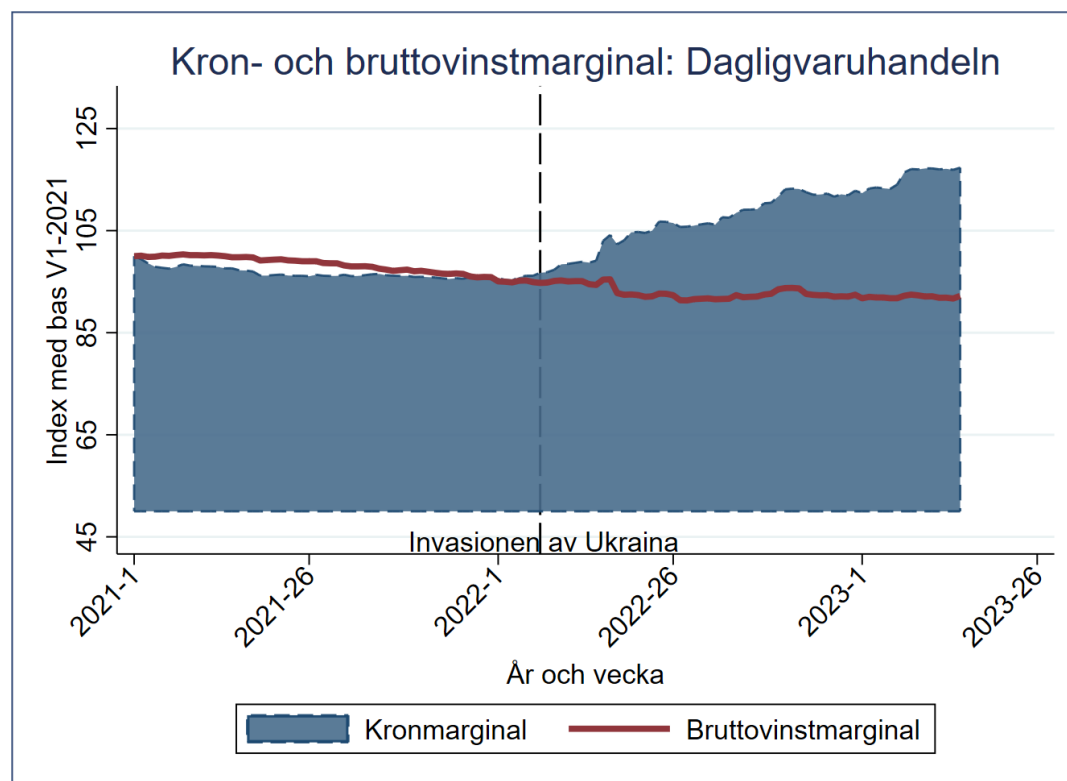
Figur 10 Marginaler i kronor för olika produktgrupper



Not: Värdena är beräknade som ett oviktat medelvärde för kategorierna utifrån de data som inhämtats. Detta är en sammanfattning av data från hela åläggandet, som visar att marginalen i kronor ökar i genomsnitt för alla kategorier.

Kombinationen av marginalerna i kronor ökar, och att bruttovinstmarginalen inte minskar, visar att dagligvaruhandeln kunde öka sina priser *mer* än vad som motiverades av de kostnadsökningar som inträffat i tidigare led. Detta kan vidare illustreras med en sammanställning av marginalen i kronor jämte bruttovinstmarginalen i dagligvaruhandeln.

Figur 11 Marginal i kronor och bruttovinstmarginal



Not: Index, beräknat från ett oviktat medelvärde av både kron- och bruttovinstmarginalen för dagligvaruhandeln (både grossist- och detaljistledet) från data insamlat via åläggande av marknadsaktörer.

I figur 11 framkommer det tydligt att det skedde en förändring i dagligvaruhandelns prisstrategi i början av 2022. Under 2021 ökade producenternas priser, vilka fördes över till dagligvaruhandeln som i sin tur behöll sitt påslag i kronor. Det fick till effekt att dagligvaruhandelns bruttovinstmarginal minskade.

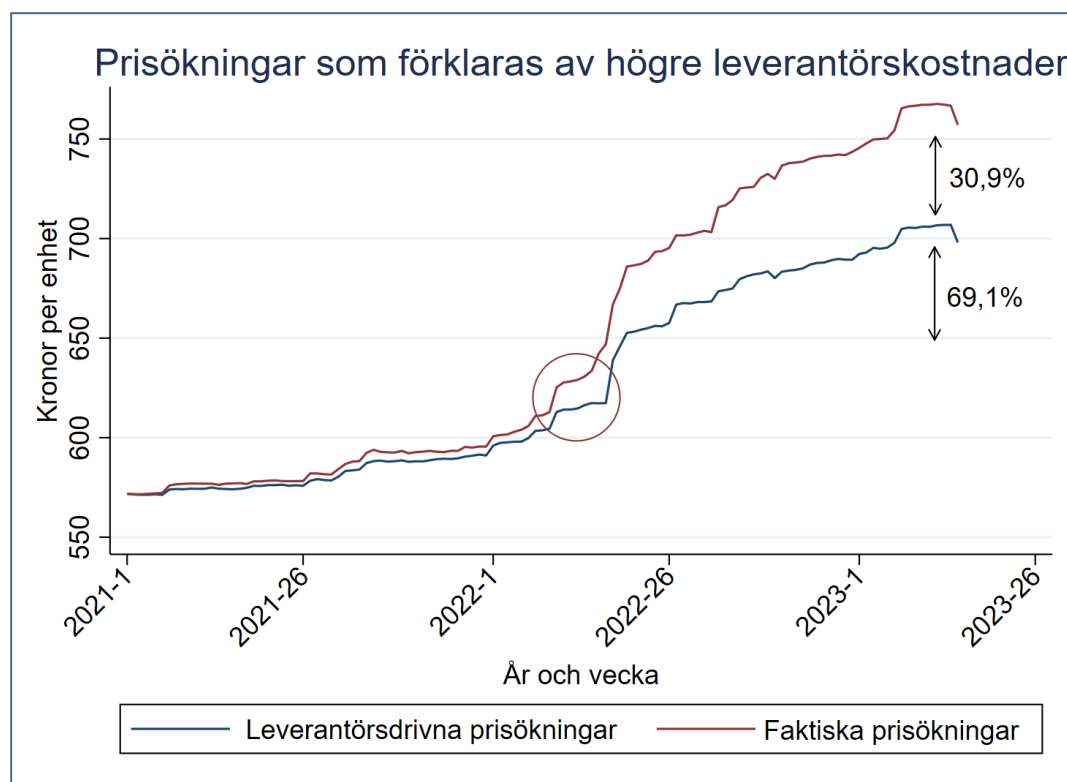
Efter Rysslands invasion av Ukraina stabiliserades bruttomarginalen, men marginalen i kronor ökade markant. Alternativt uttryckt, dagligvaruaktörerna kunde hålla en konstant bruttovinstmarginal när priserna steg med 21 procent på ett år.

Analysen ger därför stöd för att dagligvaruhandeln har kunnat överföra prisökningar i tidigare led till konsumenterna, samtidigt som de har kunnat behålla sina bruttovinstmarginaler.

3.4 Hur mycket mer kunde dagligvaruhandeln höja priserna?

Ju högre bruttovinstmarginalen är i varje led, desto större blir ökningen i pris i konsumentled. Det urval som ingår i analysen kan sättas samman i en korg där utvecklingen i faktiska priser kan jämföras med leverantörsdrivna priser. Analysen visar att *före* Rysslands invasion av Ukraina var det knappt någon skillnad mellan de faktiska prisökningarna och de som kan förklaras av leverantörernas prisökningar. *Efter* Rysslands invasion av Ukraina kan en tydlig ökning av den del av dagligvaruhandelns prissättning som inte kan förklaras med leverantörernas prissättning identifieras. Sammantaget visar analysen att 69,1 procent av prisökningen för denna varukorg kan förklaras av ökade leverantörspriser. Resterande 30,9 procent av prisökningen är dagligvaruhandelns extra påslag. Analysen visar att förändringen i strategi inträffar innan de branta prisökningarna i leverantörspris, markerat med en röd cirkel i figur 12. Se även tabell 5.

Figur 12 Förändring i marginal i kronor



Not: Värdena representerar ett oviktat medelvärde för samtliga data inkomna till Konkurrensverket genom ålägganden av marknadsaktörer och är beräknad som skillnaden i pris per enhet, inklusive moms, mellan den 4 januari 2021 och den 27 mars 2023.

Tabell 5 Leverantörsdrivna kostnadsökningar

| | Faktiska prisökningar | Prisökningar orsakat av högre leverantörskostnader | Prisökningar orsakat av ökad kronmarginal plus moms |
|------------------------------------|-----------------------|--|---|
| Kronor | 195,5 kr | 135,1 kr, 69,1 % | 60,4 kr, 30,9 % |
| Index | 36,0 indexenheter | 24,0 indexenheter | 12,0 indexenheter |
| Index, exklusive bristvaror | 34,7 indexenheter | 24,8 indexenheter | 9,9 indexenheter |

Not: Bristvaror avser ägg och matolja. Tabell 5 rör värdena representerade i figur 12. Indexberäkningen har en bas den 4 januari 2021 fram tills den 4 mars 2023 och representerar skillnaden i oviktat medelvärde av index beräknat från individuella artiklar.

Det finns dock stora skillnader mellan de olika produktkategorierna för hur mycket av prisökningen som förklaras av ökade leverantörspriser. Skillnaderna går att spåra till de skillnader i bruttovinstmarginal som kunde observeras före 2021. I tabell 6 utvecklas analysen och visar leverantörsdrivna kostnadsökningar per varukategori samt en jämförelse mellan hur stor prisökningen hade varit med leverantörsdrivna priser, och hur stor den faktiska prisökningen var. Detta möjliggör en beräkning av hur stor andel av prisökningen som förklaras av ökade leverantörspriser, vilket anges inom parantes.

Tabell 6 Leverantörsdrivna kostnadsökningar per varukategori

| Kategori | Faktiska prisökningar | Prisökningar orsakat av högre leverantörskostnader (andel i procent) | Prisökningar orsakat av ökad kronmarginal plus moms (andel i procent) |
|------------------------|-----------------------|--|---|
| Bröd | 17,1 kr | 15,6 kr (91,0%) | 1,5 kr (9,0%) |
| Indexenheter | 32,4 | 29,3 | 3,1 |
| Kyckling | 43,0 kr | 28,2 kr (65,6%) | 14,8 kr (34,4%) |
| Indexenheter | 31,8 | 20,1 | 11,6 |
| Matolja | 25,7 kr | 19,4 kr (75,6%) | 6,3 kr (24,4%) |
| Indexenheter | 40,0 | 29,5 | 10,5 |
| Ost | 49,7 kr | 35,3 kr (71,0%) | 14,4 kr (29,0%) |
| Indexenheter | 39 | 28,4 | 10,6 |
| Potatis | 3,2 kr | 1,6 kr (50,6%) | 1,6 kr (49,4%) |
| Indexenheter | 22,3 | 11,0 | 11,3 |
| Matlagningssmör | 40,2 kr | 30,1 kr (74,8%) | 10,1 kr (25,2%) |
| Indexenheter | 49,2 | 36,9 | 12,3 |
| Ägg | 16,6 kr | 4,9 kr (29,5%) | 11,7 kr (70,5%) |
| Indexenheter | 37,3 | 12,5 | 24,8 |

Not: Tabell 6 är likvärdig med tabell 5 och värdena representerade i figur 12, dock per kategori av vara. Indexberäkningen har en bas den 4 januari 2021 och representerar skillnaden i index fram tills den 4 mars 2023.

Som framgår av tabell 6 råder det stora skillnader mellan olika produktkategorier. För bröd kan 91 procent av prisökningen i butik förklaras av ökade priser från leverantörsledet medan för ägg är det enbart 29,5 procent. En ökad marginal i kronor kan bero på brist och brist på konkurrens.¹⁸

Det bör noteras att kategorierna ägg och matolja båda drabbats av brist, men de skiljer sig åt vad beträffar i vilket led den största prisökningen sker. För matolja förklaras 76 procent av prisökningen i konsumentled av ökade leverantörspriser, medan för ägg förklaras 70 procent av ökade marginaler i dagligvaruhandeln, trots att bristen uppstod hos äggproducenterna. Med ett större inslag av marknadspriser¹⁹ skulle den största prisökningen ske i det led där bristen uppstod, vilket skulle signalera till producenterna att öka tillgången på produkten alternativt stimulera inträde av nya aktörer (vilket hände för konstgödsel).

De vinster som uppstår på grund av bristsituationer eller ökad effektivitet kommer vid väl fungerande konkurrens att leda till investeringar i ökad produktionsförmåga och i förlängningen öka den samhällsekonomiska vinsten. De investeringar i produktionsförmåga som däremot beror på vinster från monopol- eller oligopolsituationer där utbudet är medvetet begränsat kan leda till överkapacitet och en samhällsekonomisk förlust. Det finns således indikationer på att den *vertikala* maktbalansen (det vill säga mellan primärproducenter, livsmedelsproducenter, grossister och detaljister) är i obalans för vissa produkter.

I avsnitt 2.5 diskuterades att dagligvaruhandeln har haft ökade omkostnader. I Konkurrensverkets åläggande efterfrågades uppgifter om det fanns försäljningsomkostnader som var produktspecifika för de produkter som fanns i urvalet. Endast en aktör redovisade hur prispåläggen beräknas, men redovisade inga siffror på kostnadsökningar. Således har inte Konkurrensverket fått del av kostnadsdata från aktörerna som kan förklara skillnader i bruttovinstmarginal mellan olika varugrupper.

3.5 Förändringar i marginaler för individuella kategorier

Hur pass generella är de övergripande resultaten på varugrupsnivå för vad är fallet på produktgrupsnivå? I denna del av rapporten skiftar fokus till att se om det finns skillnader i bruttovinstmarginal för olika produktkategorier.

För att belysa hur marginalerna har förändrats över tid har olika tidsserier konstruerats för de olika varugrupperna. Tidsserierna visar även subgrupper när det finns tydliga skillnader. I dessa fall visas även marginaler i både grossist- och

¹⁸ Utbudet av en vara kan begränsas av att det rent fysiskt uppstår brist. Exempelvis, om en salmonellaepidemi slår ut stora delar av äggproduktionen uppstår brist på ägg. De aktörer som lyckats få tag på ägg kan då ta ut ett högre pris. Brist kan också uppstå på grund av att producenter avsiktligt minskar utbudet för att öka priset. Detta kan endast ske vid oligopol- och monopolsituationer. Så skedde exempelvis med gödselpriserna. Där gick priserna upp ytterligare, på grund av minskat utbud.

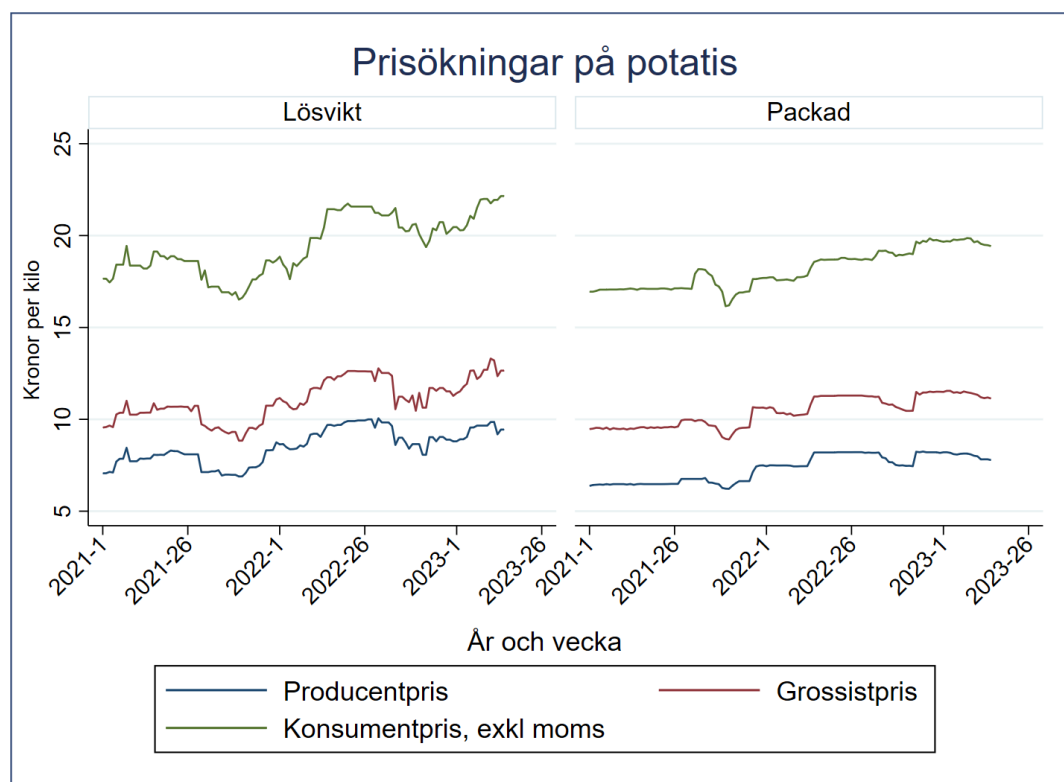
¹⁹ Priserna sätts genom förhandlingar med vanligtvis långa kontrakt.

detaljstled. Analysen syftar till att belysa att marginalen i kronor var, som ett generellt mönster, tämligen stabil under 2021 och att den ökade under 2022 och under 2023.

Den första varugrupsanalysen berör potatis. Potatispriserna kan med fördel delas upp på potatis i lösvikt och färdigförpackad potatis. Potatispriserna uppvisar större säsongsvariation och större variation över lag för lösvikt. I figur 13 sammanställs prisutvecklingen för potatis. Här framgår det tydligt att när leverantörspriset ökade med två kronor per kilo ökade konsumentpriset före mervärdesskatt med fyra kronor per kilo.

Sammanfattningsvis förklaras prisökningen på potatis mellan januari 2021 och maj 2023 av att potatisodlarnas ersättning ökade med två kronor. Potatisuppköparen som levererar till butik, hade oförändrad kronmarginal, och ökade således pris till dagligvaruhandeln med 2 kronor. Dagligvaruhandeln i sin tur lade till ytterligare två kronor, vilket ledde till en prisökning inklusive mervärdesskatt på fyra kronor och 50 öre. För en barnfamilj med en konsumtion av 480 kilo matpotatis om året innebär just detta tillägg en årlig merkostnad om 1200 kronor.²⁰

Figur 13 Potatispriser



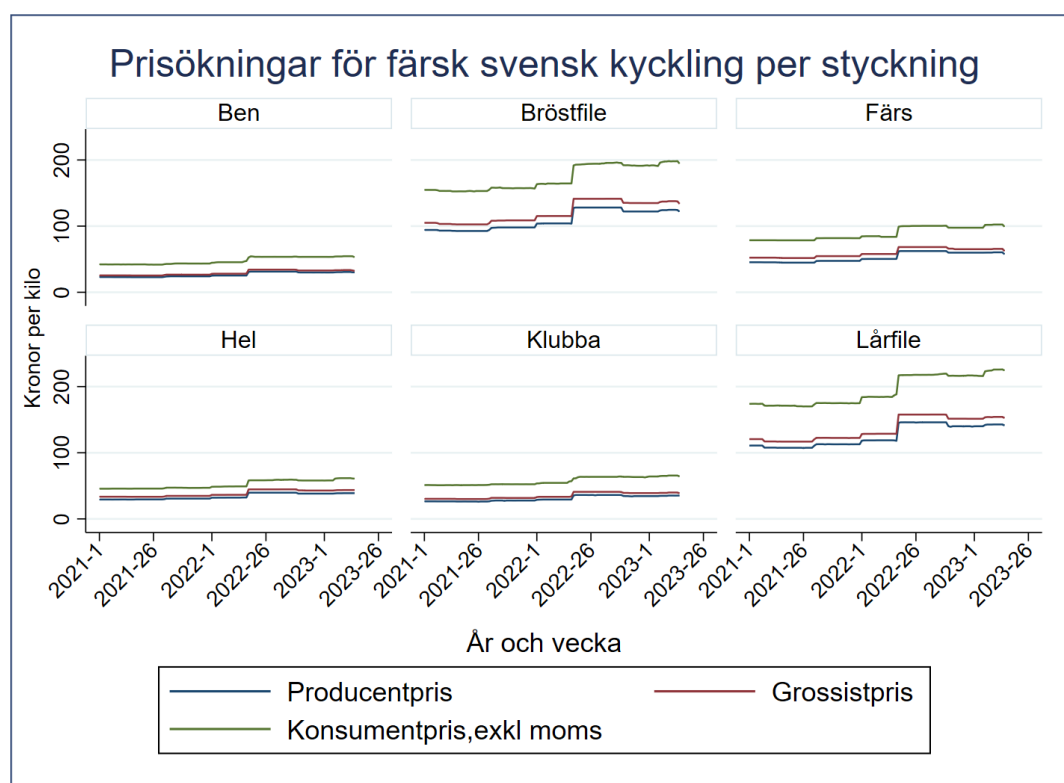
Not: Medelvärden är oviktade och beräknade från data insamlade av Konkurrensverket via åläggande till marknadsaktörer.

²⁰ Denna kalkyl baseras på per capitakonsumtionen av matpotatis enligt SCB för ett hushåll med fem personer. I detta mått ingår inte förädlade potatisprodukter.

Den andra analyserade varugruppen är kyckling. För kyckling var den faktiska kostnadsökningen från slakterier en ökning med 9,09 kronor per kilo, från 27,27 kronor per kilo till 36,36 kronor per kilo.

Analysen visar att det finns stora skillnader i vilken styckningsdetalj som avses. Störst ökning har observerats för bröstfilé, där priset från leverantör ökade med 30 kronor per kilo och konsumentpriset ökade med 43 kronor per kilo. Det skedde en ytterligare ökning i marginal när leverantörspriset gick ner i slutet av 2022 och priset på kyckling fortsatte upp. För lårfilé ökade priset från leverantör med 32 kronor per kilo och med 52 kronor per kilo till konsument. Marginalen i kronor ökade således mest för lårfilé. Se figur 14.

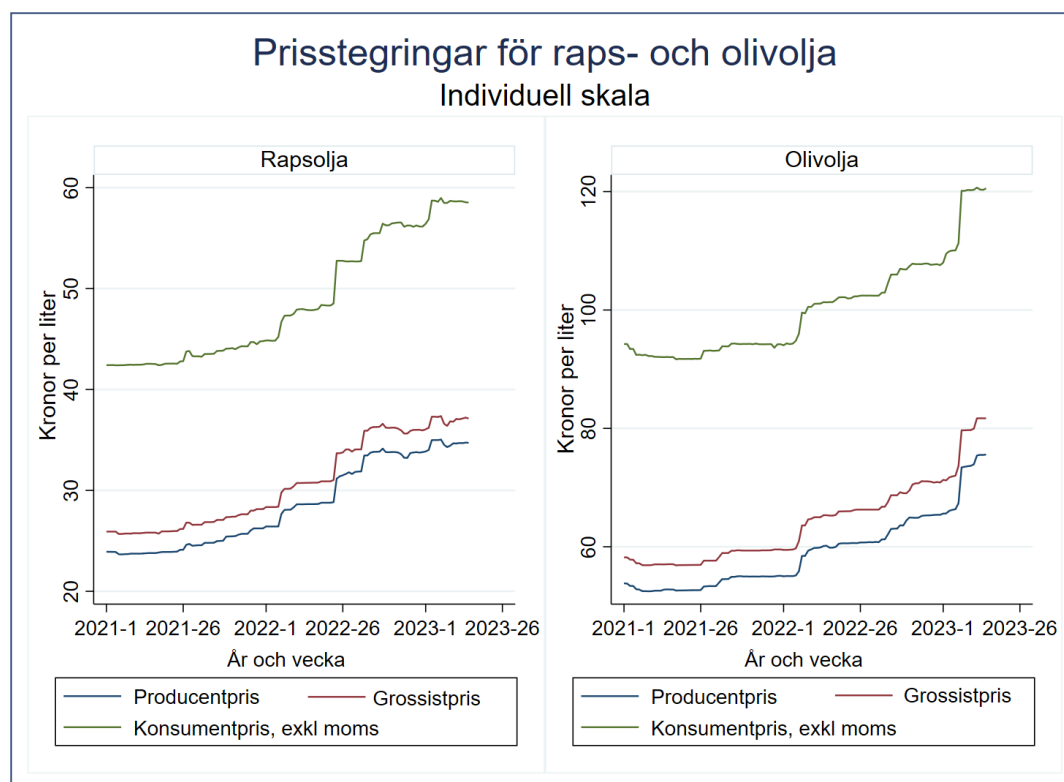
Figur 14 Prisutveckling för olika styckningsdetaljer av färsk kyckling



Not: Medelvärden är oviktade och beräknade från data insamlade av Konkurrensverket via åläggande till marknadsaktörer.

För raps- och olivolja visar analysen att priserna på rapsolja ökade mer i konsumentledet än vad som motiverades av ökade leverantörspriser när den största prishöjningen skedde under våren 2022. Detta i ett läge då det rådde brist på både solrosolja och rapsolja. Det kan noteras att för rapsolja är det mindre av ett trendbrott. Priserna började stiga redan 2021, och konsekvenserna av Rysslands invasion av Ukraina var en förstärkning av en redan pågående trend. För rapsolja syns tydligt att reaktionen på prisökningar efter 2022 var att öka marginalen i kronor.

Figur 15 Prisökning raps- och olivolja.



Not: Rapsolja rör både varm- och kallpressad rapsolja, dock inte matoljor som innehåller rapsolja. Olivolja är för alla sorter av olivolja som har inkommit till Konkurrensverket genom åläggande till marknadsaktörer. Medelvärdet är oviktat.

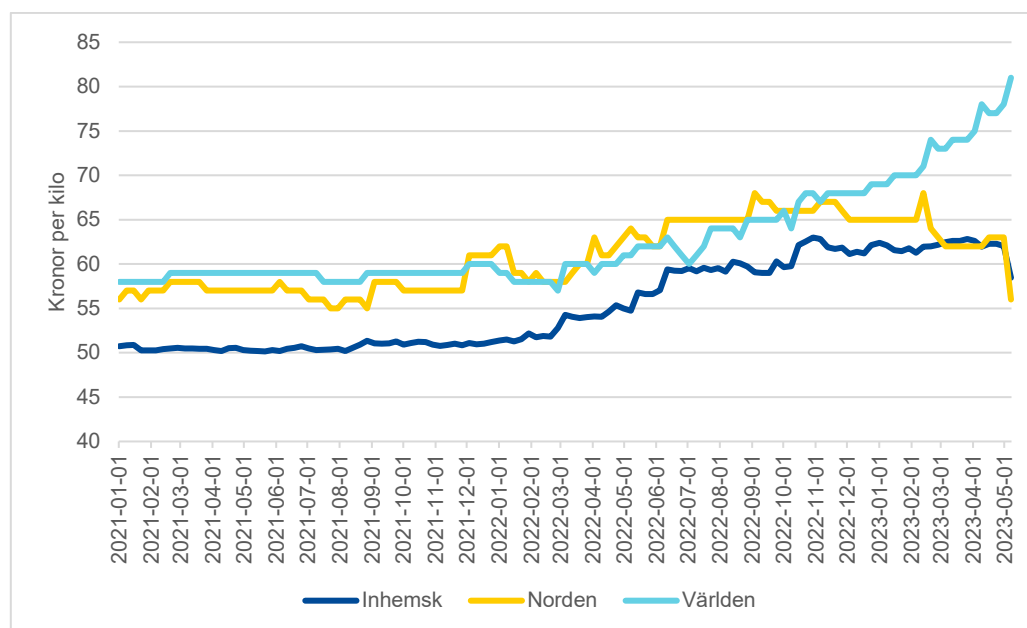
Nästa varugrupp är ost. Ost är en intressant varugrupp eftersom den för importerade ostar har påverkats av den svagare kronkursen.

Priset för svensk ost vid dagligvaruhandelns inköp ökade från 77 kronor till 110 kronor per kilo, vilket innebär en ökning med 33 kronor. Priset för ost från andra länder än inom Norden ökade från 55 kronor till 80 kronor per kilo, vilket är en ökning med 35 kronor.

När det gäller konsumentpriser, steg genomsnittspriset för svensk ost från 128 kronor per kilo till 172 kronor per kilo, vilket är en ökning med 44 kronor. Priset för ost från länder utanför Norden ökade från i genomsnitt 113 kronor per kilo till 161 kronor per kilo, en ökning med 49 kronor per kilo.

Med andra ord ökade marginalen i kronor betydligt mer för importerad ost, utan att kostnaderna ökat i samma takt. Se figur 16.

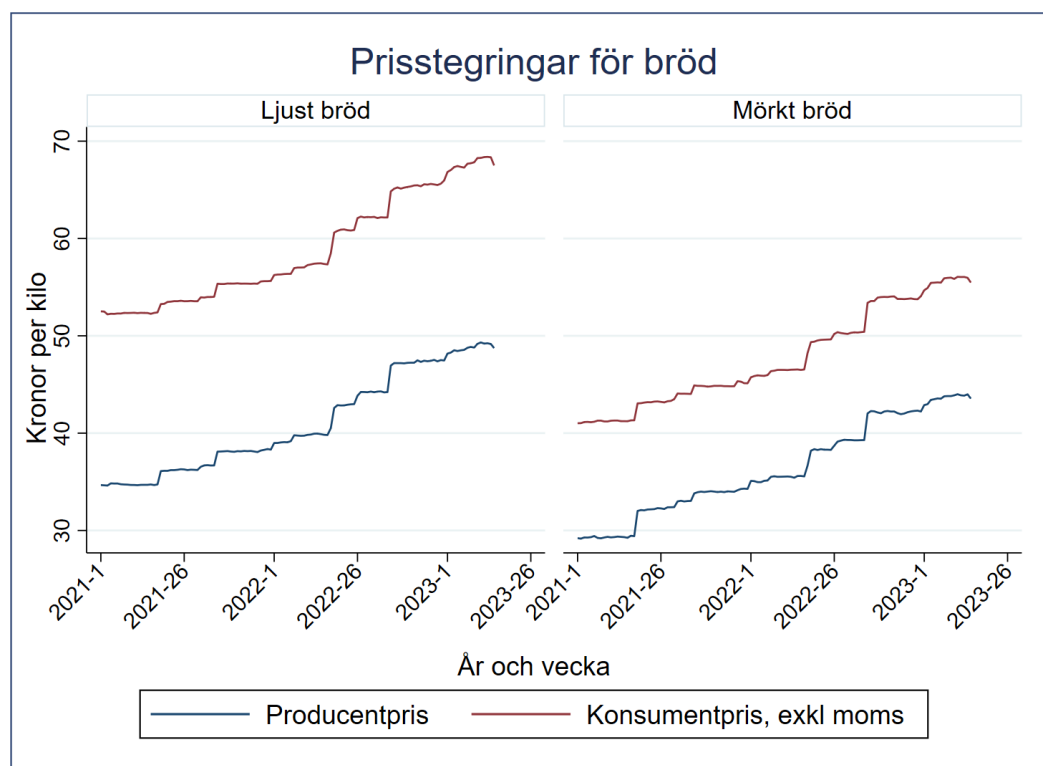
Figur 16 Marginaler i kronor för inhemsk och importerad ost



För bröd har ersättningen till odlaren för spannmålet ökat med två kronor per limpa. Från bagerierna till dagligvaruhandeln ökade leverantörspriset med ungefär 15 kronor per kilo för både ljust och mörkt bröd. Däremot finns det en skillnad vad beträffar marginalen i kronor i dagligvaruhandeln. För mörkt bröd är marginalen 12 kronor per kilo, både i början och slutet av perioden, medan för ljust bröd ökade den från 17 kronor till 19 kronor per kilo. Se Figur 17 Brödpriser.

Konsumenter som äter mörkt bröd betalar således en lägre marginal i kronor per kilo och har i genomsnitt inte betalat mer än vad som motiverades av ökade kostnader från leverantörsledet.

Figur 17 Brödpriser

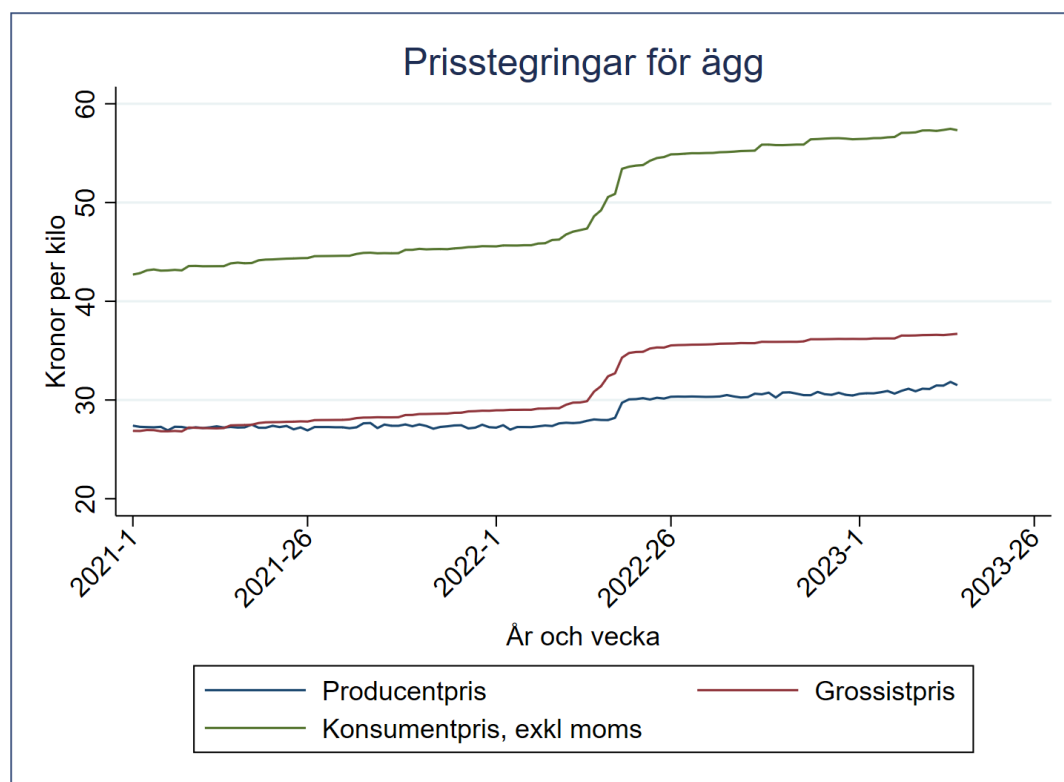


Not: Ljust bröd avser i bred mening vetebröd, mörkt bröd avser i lika mening rågbröd. Priserna avser ett oviktat medelvärde och är beräknat från data insamlat av Konkurrensverket via åläggande till marknadsaktörer.

Utvecklingen för ägg är en annan. Det kan otvetydigt konstateras att priset till konsument i dagligvaruhandeln ökade mer än höjningen i tidigare led. Vi ser även att när foderpriserna ökade ledde detta till att marginalen i kronor ökade *både* i packeriled och dagligvaruhandeln. Denna överkompenserade kostnadsöverföring noterades även i Konkurrensverkets äggstudie.²¹

²¹ Konkurrensverket (2023-06-27), [Konkurrensen i äggkedjan](#).

Figur 18 Prisstegring för ägg

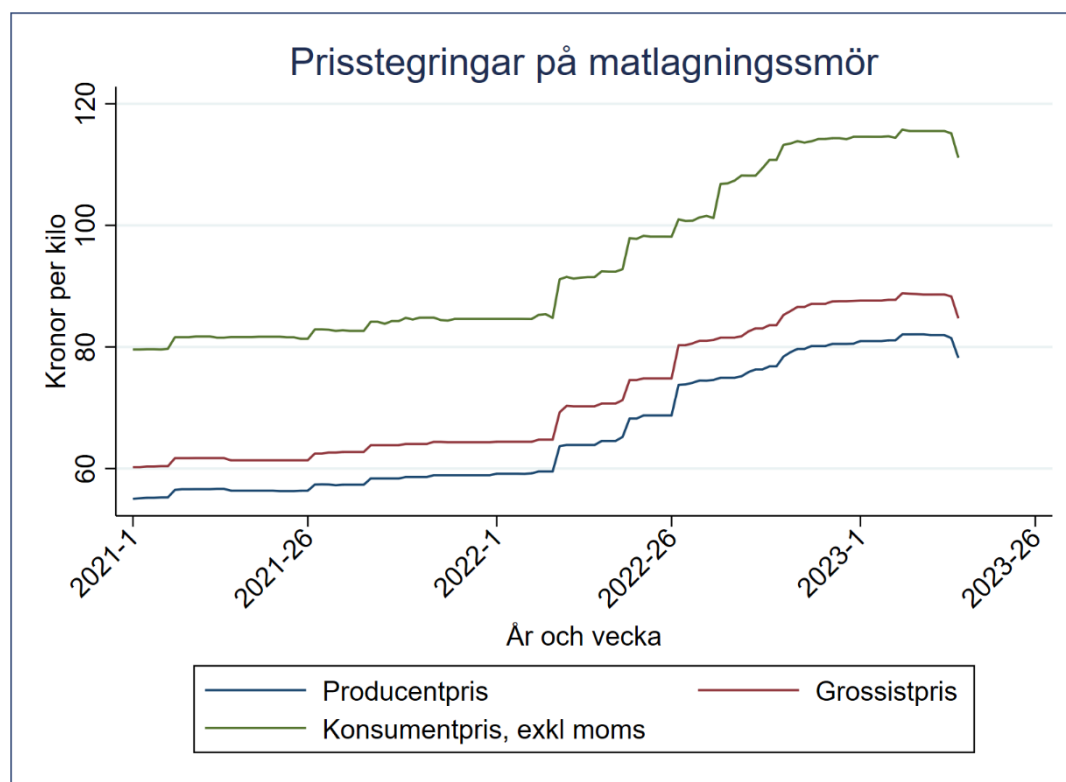


Not: Medelvärde är oviktat och beräknat från data insamlat av Konkurrensverket via åläggande till marknadsaktörer.

För smör är effekten inte lika tydlig men även här skedde en förändring, från en konstant marginal i kronor till en ökad marginal i kronor. I dataunderlaget för smör är dock tidsserien inte komplett då prisuppgifter för den sista perioden saknas. Det får till effekt att linjerna i grafen vänder ner sista perioden. Således är det inte representativt för hela tidsperioden.

Priset på smör från leverantör ökade med 27 kronor per kilo i genomsnitt, och priset i dagligvaruhandeln med ökade med 36 kronor per kilo. Prisökningen i dagligvaruhandeln som inte förklaras av ökade kostnader från leverantörsled var således 9 kronor per kilo.

Figur 19 Smörpriser

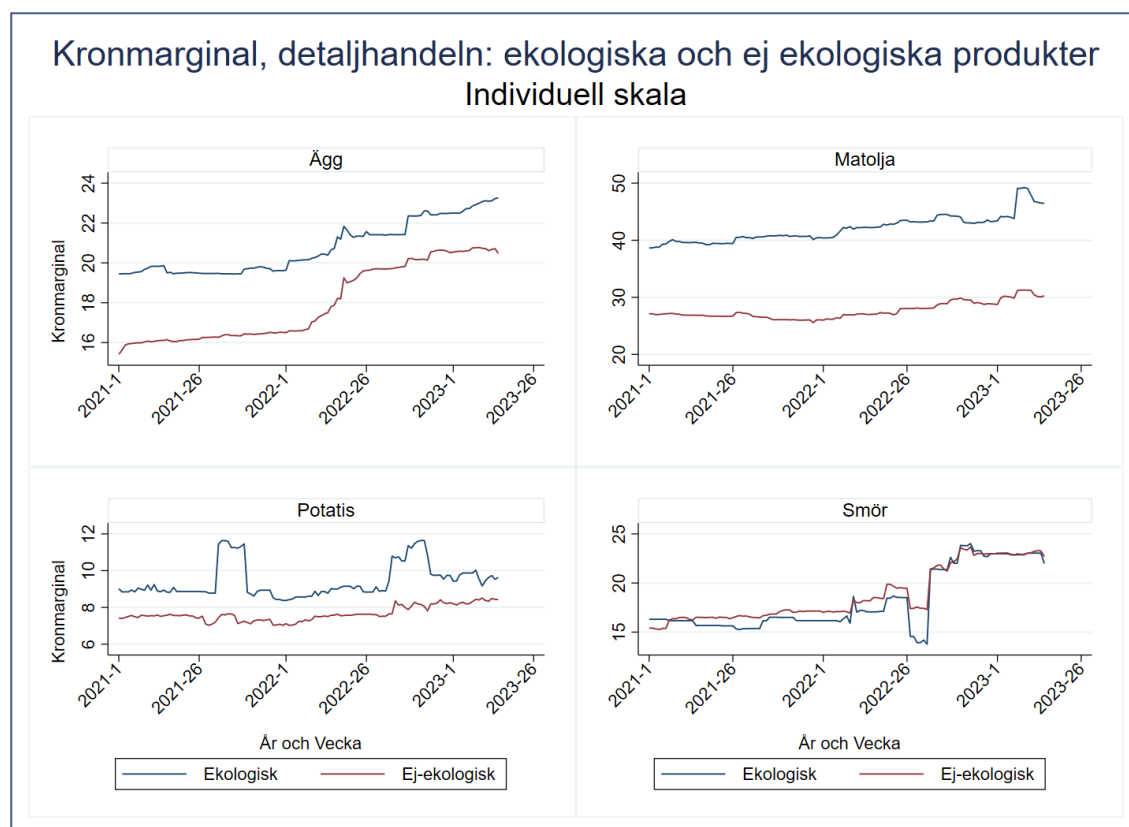


Not: Data är insamlat via ålägganden till marknadsaktörer och avser endast vad som har kategoriserats som matlagningssmör och foliesmör.

3.6 Komparativ analys av marginaler

För vissa kategorier går det att jämföra utvecklingen för ekologiska produkter med icke-ekologiska. För konventionella ägg har marginalen i kronor ökat, även om ekologiska ägg fortfarande har en högre marginal i kronor. För ekologisk potatis kan en tydligare säsongsvariation observeras för priset. För smör är det ingen skillnad. För matolja har marginalen i kronor ökat mer för ekologisk matolja.

Figur 20 Varor jämförda med sin ekologiska motsvarighet



Not: Data är insamlat via ålägganden till marknadsaktörer. Marginalen i kronor är per liter för matolja och per kilo för övriga. De olika diagrammen i figuren nyttjar en individuell skala.

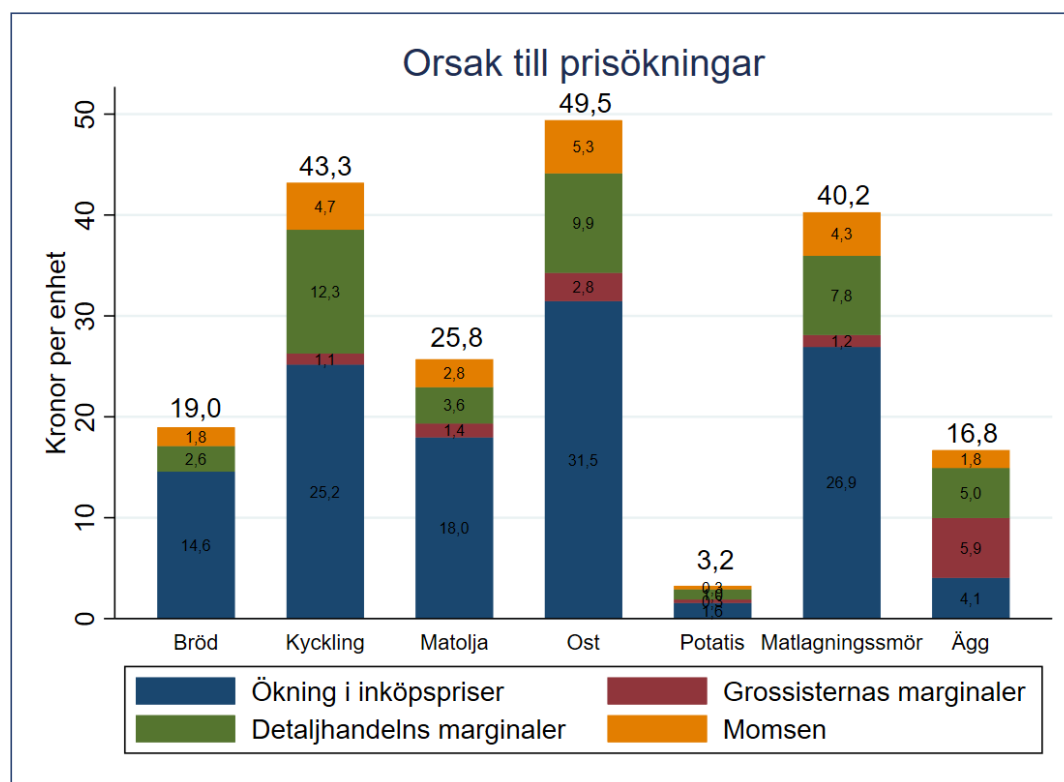
3.7 Vart tog pengarna vägen?

En jämförelse av den genomsnittliga prisskillnaden mellan våren 2021 och våren 2023 visar att för alla produktkategorier utom ägg hamnade den största andelen av prisökningen i producentledet. Därefter kommer ökade marginaler i kronor i dagligvaruhandeln och ökad mervärdesskatt i kronor.²² Som visat ovan kan cirka 70 procent av prisökningarna relateras till ökningen av priser som uppstått i producentledet. Cirka 30 procent av ökningarna beror på att dagligvaruhandeln ökat sina priser, utöver de prisökningar som förts över från producentledet.

Priset på bröd har främst ökat på grund av ökade leverantörspriser från bagerierna. För kyckling och ost utgör de ökade marginalerna i kronor i dagligvaruhandeln en relativt stor andel av prisökningen.

²² Det kan noteras, att mervärdesskatten ökar konsumentens pris i kronor. En vara som säljs för 100 kronor kostar 112 kronor för konsumenten, givet en mervärdesskattesats på 12 procent. Om varans pris ökar med 10 procent blir priset exklusive mervärdesskatt 110 kronor. För konsumenten blir då priset 123 kronor. Försäljningspriset har ökat med 10 kronor men konsumentens pris har ökat med 11 kronor.

Figur 21 Vad orsakade prishöjningarna?



Not: Värdena representerar skillnaden i ett oviktat medelvärde mellan den 4 januari 2021 och 27 mars 2023. Kategorin bröd saknar marginaler för grossistledet eftersom dessa är i genomsnitt negativa. Talen över staplarna är en summering av talen i staplarna. På grund av avrundningar kan dessa skilja sig något från andra tal. Mervärdesskatt på 12 procent tillämpas.

Dagligvaruhandeln har haft ökade fasta kostnader, men i åläggandesvar har aktörerna angett att de inte räknat ut produktspecifika omkostnader. Det kan alltid diskuteras varför exempelvis grossistledet ökat marginalen i kronor mer för ost än för kyckling, eller varför grossist- och detaljistled ökat marginalen i kronor mindre för bröd än för matolja. Det finns till exempel inget skäl för att just marginalen på ägg ska användas till att täcka ökade fasta kostnader, med tanke på att ägg har lång hållbarhet och inte behöver förvaras i kylskåp. Det finns därmed indikationer på att prisstrategin överensstämmer med hur aktörer på en oligopolmarknad skulle sätta priser.²³

²³ Konkurrensverket har inte volymdata, och kan därför inte räkna ut priselasticitet. Men om vi hade kunnat beräkna priselasticiteter, är det troligare att påläggens storlek beror på hur känslig efterfrågan, på just den varan, är för prisökningar. Skulle detta visa sig vara fallet, är de individuella påläggens storlek konsistent med hur priser på individuella varor skulle sättas i ett oligopol.

4 Slutsatser och diskussion

I detta avsnitt förs en diskussion om de resultat som observerats och de slutsatser som dras i rapporten.

4.1 Förklarar omvärldsfaktorer allt?

Det har framförts att omvärldsfaktorer, såsom ökade priser för gödsel, foder och spannmål har lett till dagens höga matpriser. Stämmer det? Det korta svaret är nej. Denna analys har visat att ökade kostnader för insatsvaror bara utgjorde en del av de totala prisökningarna. Även om det var stora ökningarna i procent, var ökningen i kronor inte så stor. Det är ökade vinstuttag i kronor i efterföljande led, som förklarar varför denna ökning blev så hög i konsumentled.

Råvarupriserna har dessutom fallit tillbaka. Konkurrensverkets analys har visat att flertalet av de råvarupriser som steg i samband med Rysslands invasion av Ukraina eller som en följd av torka, fågelinfluensa eller av pandemin, föll efter det att bristsituationerna upphört eller att förväntan om brist inte infriades. Motsvarande minskning av priserna i dagligvaruhandeln har Konkurrensverket inte kunnat skönja i dataunderlaget. Så trots att råvarupriserna minskade efter att bristerna upphört har dagligvaruhandeln kunnat behålla de höga priserna.

Omvärldsfaktorer är den primära bakomliggande orsaken till att livsmedelspriserna började stiga. Men orsakerna till att prisutvecklingen blev så kraftig, eller att livsmedelspriserna är fortsatt höga, beror på aktörernas agerande och de bakomliggande orsakerna till varför detta agerande var möjligt.

4.2 Hög koncentration i grossistledet som förklaringsmodell

En nationalekonomisk analysmetod för att undersöka om begränsad konkurrens kan bidra till en förklaring av prishöjningar i olika led i värdekedjan är att se om det finns ett så kallat "raket- och fjädermönster" gällande priserna. Med detta menas att aktörer är snabba med att höja priserna när kostnaderna går upp (en snabbt stigande raket), men mindre benägna att sänka dem när kostnaderna faller (en långsamt fallande fjäder). Ju mer välfungerande konkurrensen är, desto mer följsamma kommer priserna att vara med kostnaderna.

I analysen kan ett "raket- och fjädermönster" skönjas för hela branschen, med variation för de olika produkterna.

En annan förklaringsmodell för begränsad konkurrens är att se om det går att agera monopolistiskt, eller *oligopolistiskt*. Vid väl fungerande konkurrens kan prisökningar enbart föras över till nästa led i kronor (se exemplet i avsnitt 3.2).

Ett leverantörsled som drabbas av prishöjningar kan föra över dessa kostnader till nästa led. Detta led kan i sin tur enbart kompensera sig för denna prisökning, vilket innebär att detta leds marginaler, i procent, minskar. Om konkurrensen fungerar sämre i det senare ledet kan detta led kompensera sig för *både* prisökningen från leverantörerna och för att behålla sina procentuella påslag. Detta får effekt på marginalerna i kronor.

4.3 Har dagligvaruhandelns övriga kostnader ökat så mycket att de förklarar prisökningarna?

Som diskuterats tidigare är bruttovinstmarginalen den principiellt enda intäktskällan för ett handlande företag. Skillnaden mellan varornas försäljningspris och inköpspris ska täcka alla andra kostnader. Vilka är då dessa andra kostnader, och hur påverkar ökning av dessa kostnader lönsamheten? Alternativt, hur mycket av prisökningarna på livsmedel kan relateras till ökning av dagligvaruhandelns *övriga* kostnader?

Dagligvaruhandeln har bland annat drabbats av ökade energikostnader. Men vad som framkommer av exempelvis Svensk Dagligvaruhandelns egna publikationer är att de kostnadsposter som finns i butiksledet som inte är varuinköp är förhållandevis små. Till exempel anges att kostnader för el uppgår till 1,1 procent av en butiks kostnader. Detta i jämförelse med kostnader för sålda varor, som anges uppgå till 70,8 procent.²⁴

Det kan noteras, att flertalet dagligvaruaktörer lyfter fram att rörelsekostnaderna exklusive varukostnaderna (kostnad sålda varor) har ökat. En aktör har räknat fram att dessa kostnader har ökat med nio procent. En annan aktör har räknat fram att dessa rörelsekostnader ökat med 14 procent. En aktör påpekar att personalkostnaderna har ökat med 18 procent i grossistledet. En tredje aktör berättar att kostnaderna för interntransporter ökat med 20 procent. Det finns således variation i hur mycket de totala kostnaderna har ökat.

Det kan vara missvisande att lyfta fram individuella kostnadsökningar då det inte specificeras hur mycket dessa kostnader utgör av den totala kostnadsmassan.

Hur eller om dessa kostnader förts över till konsument går inte att utläsa från de ökade marginalerna eller den prisinformation som Konkurrensverket samlat in. Klart är emellertid att aktörerna haft ökade fasta kostnader i termer av ökade kostnader för transporter, personal, lokalhyra, elektricitet etcetera som påverkat den totala kostnadsmassan. Konkurrensverket kan inte *utesluta* att ökade kostnader förutom varukostnader kan förklara prishöjningar.

²⁴ HUI:s rapport "Butikshundringen," utförd på uppdrag av Svensk Dagligvaruhandel. I samma rapport anges även att kostnader för *säkerhet och svinn* uppgår till 5,98 procent av den totala kostnadsmassan, att jämföra med att *externa kostnader* (där bland annat kostnader för el, värme, hyra och lokaler ingår) uppgår till 5,64 procent. Kostnadernas procentuella andelar är justerade efter butikens ersättning exklusive mervärdesskatt.

Men i majoriteten av de svar som dagligvaruhandelsaktörerna lämnat in finns det ingen explicit kalkyl för hur ökade kostnader förutom varukostnader leder till ökade priser på konsumentpriset. Konkurrensverket kan inte med tillgänglig information avgöra om och i vilken utsträckning som vissa av aktörerna kan ha ökat sina påslag på de varugrupper som ingår i analysen på grund av ökade fasta kostnader.

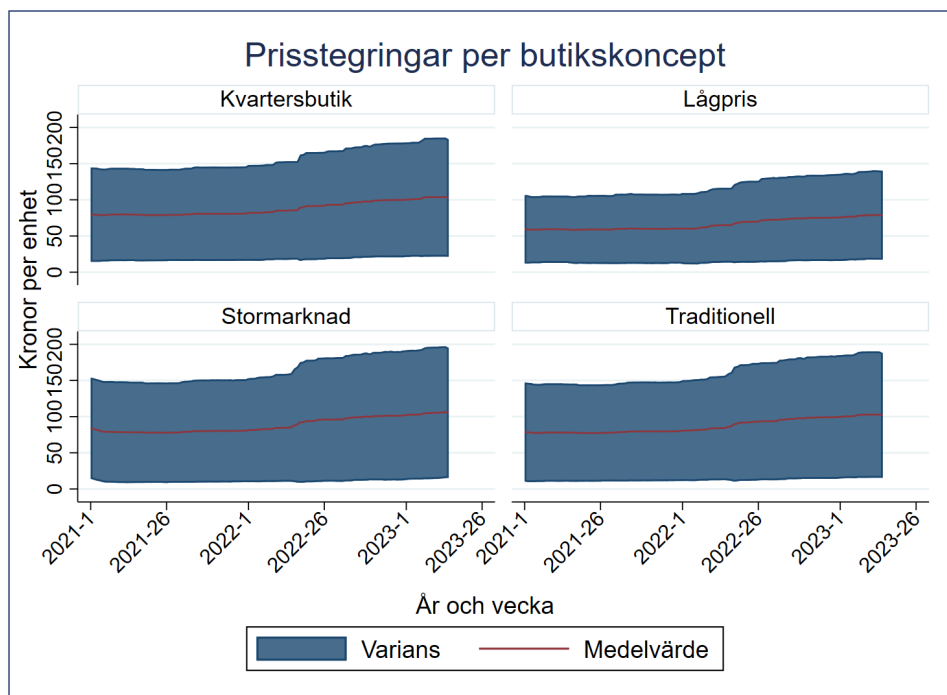
4.4 Dagligvaruhandelns prisstrategier

Vad som framkommit tydligast av Konkurrensverkets analys av marginalerna för sju varugrupper är att prissättningen återspeglar hur oligopolistisk prissättning fungerar i praktiken, och konsekvenserna för konsumentpriser av dubbelmarginalisering, när flera led i kedjan höjer mer än vad som motiveras av ökade leverantörspriser på grund av förhandlingsstyrka och marknadsmakt, i syfte att försvara en bruttovinstmarginal.

Denna analys har visat att det är en relativt liten del av ökningen av pris i butik som förklaras av de omvärldsfaktorer som lett till ökade kostnader för insatsvaror som nämnts i debatten. Den största delen av prisökningen handlar om att försvara en bruttovinstmarginal i flera led som möjliggör en god avkastning på totalt kapital. Bruttovinstmarginalutvecklingen för olika led och produkter varierar, men oförklarade prisökningar i livsmedelsproducentledet och i dagligvaruhandeln är indikationer på existensen av dubbelmarginalisering, eller en "ränta på ränta-effekt" som förklaring till en stor del av prisökningarna.

Analysen har hittills redovisat och analyserat genomsnittliga priser per varukategori. En annan uppdelning är att analysera prisers utveckling per butikskoncept. I figur 22 visas genomsnittliga priser per butikskoncept och variationen i priser mätt som variansen. Det som är mest slående här är att stora kostnadsökningar från leverantörsled leder till större prisspridning, för alla koncept men mest för stormarknaden. Stormarknaden har bredast och djupast sortiment, vilket kan förklara detta.

Figur 22 Prisstegringar per butikskoncept



Not: Variansen är beräknad som medelvärdet +/- standardavvikelsen. Traditionella livsmedelsbutiker är medelstora butiker oftast lokaliserade i befolkningscentrum. Lågprisbutiker ("soft discount" och "hard discount") är butiker som köper billigt för att sälja billigt. Stormarknader är butiker som nyttjar storskalsfördelar och externa lägen för att kunna erbjuda ett stort utbud till lågt pris.

Vad analysen av marginalerna visat är att prisökningen förklaras av en förändring i prisstrategi: från att försvara kronmarginal till att försvara en bruttovinstmarginal. Analysen har visat att denna förändring inträffade innan det skedde stora prisökningar i leverantörsledet. I den bemärkelsen var det inte ökade kostnader från leverantörsled *per se* som initierade en omläggning av prisstrategierna. I stället var det förväntan om kommande brister och kommande högre priser som skedde först. De ökade leverantörspriserna som följde därefter fick som ett resultat av denna förändring en större effekt på konsumentpriset, vilket i sin tur ledde till ökad spridning i priser.

Branschförespråkare talade om behovet av att föra över kostnader från tidigare led, vilket skedde med en fördröjning. En möjlig förklaring är därför att det var förväntan om att det skulle komma stora kostnadsökningar från leverantörsledet som utlöste strategiändringen.

Fraktkostnaderna har ökat, likaså lokalkostnader. I det specifika fallet importerad ost ökade påslaget mer än hundra procent innan dessa ökade fraktkostnader uppstod. Att kronmarginaler därmed inte återspeglar fasta kostnader är helt i linje med hur aktörer på en oligopolmarknad sätter priser strategiskt för att maximera intäkterna.

4.5 Obalanserade maktförhållanden

Det framgår av analysen att skälet till att prisökningarna i konsumentledet blev så mycket högre 2022 och 2023 än 2021 var att de ökningarna som skedde 2021 endast var kostnadsbaserade. För 2022 och 2023 framkommer från vårt urval att dagligvaruhandeln även lade på en vinstmarginal på kostnadsökningarna. För vårt urval av produkter framkommer även att det finns oförklarade prisökningar i livsmedelsindustrin, som kan ha samma förklaring.

Teoretiskt sett är det en anomali att matprisinflationen kan förklaras av vinstpålägg på kostnadsökningar i flera led. Enligt teorin skulle priset maximalt öka med ökningen i leverantörspris om det råder perfekt konkurrens. Vid monopol skulle det bli mindre genomslag, eftersom ett företag med marknadsmakt redan tar ut det vinstmaximerande priset. Om priset höjs faller efterfrågan. Ett monopolföretag behöver därför göra en avvägning mellan att öka priset och därmed kompensera sig för prisökningen, eller inte göra det och då se marginalerna minska. Om det däremot råder perfekt konkurrens, finns det inga marginaler att ta av och företagen måste därför höja priset lika mycket som ökningen från leverantörsled.

Det som är mest avslöjande för hur pass goda förutsättningarna är för väl fungerande konkurrens är att studera hur väl priserna återspeglar tillgången på resurser och hur marknadens aktörer reagerar på förändringar i utbudet. På en väl fungerande marknad ska priset gå upp om utbudet minskar. Om utbudet ökar, på grund av att nya aktörer trätt in på marknaden, ska priserna gå ner. Väl fungerande marknadsdynamik innebär att priserna justeras ner när aktörer gör övervinster. Det innebär således att höga priser blir kortvariga.

Vad som framkommer tydligt i Konkurrensverkets analys är att återspeglingsen av väl fungerande konkurrens blir sämre i varje led, allteftersom koncentrationen ökar. Det främsta skälet till detta är att priser inte sätts marknadsmässigt som en funktion av utbud och efterfrågan, utan sker i förhandling där obalanser i maktförhållanden skapar sämre förutsättningar för väl fungerande konkurrens. En förhandlingslösning kan leda till samma pris som ett marknadspris, om båda parter har många andra parter de kan förhandla med i stället. Men när så inte är fallet, kan utfallet bli ett annat än vad som skulle blivit fallet om priset satts så att utbudet var lika med efterfrågan.

Hur maktbalansen ser ut i livsmedelskedjan varierar för olika produkter. Detta blir också tydligt i det urval som Konkurrensverket gjort, där det varierar hur mycket av prisökningen som sker i olika led.

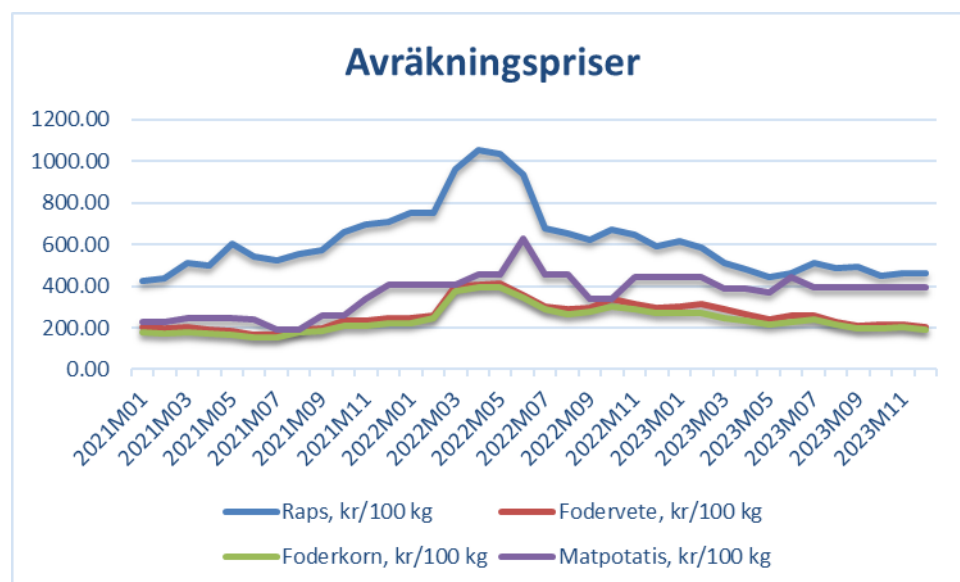
Den övergripande slutsatsen är att marknadsstyrka avgör hur mycket en aktör kan höja priset. Dagligvaruhandeln hade inte kunnat försvara en viss bruttovinstmarginal vid snabbt ökade leverantörspriser med rekordvinster som följd på en marknad med väl fungerande dynamik.²⁵

Det framkommer således att de främsta konkurrensproblemen är dynamiska. Den dynamik som karakteriserar en väl fungerande marknad och som gör att prisstegringar blir mer kortvariga och att konsumentpris blir tydligare relaterade till ökningarna – och minskningar – av priset på insatsvaror verkar inte förekomma med önskad tydlighet i dagligvaruhandeln och i vissa delar av producentledet.

4.6 Sammanfattande slutsats: varför har konsumentpriserna inte gått ner?

Kontrasten mellan prisutvecklingen i primärledet och prisutvecklingen i dagligvaruhandeln är tydlig. Det är normalt att priser ökar när det uppstår bristsituationer, till exempel när Ryssland invaderade Ukraina eller när ett fågelinfluensautbrott reducerade tillgången på ägg och kyckling. Men priserna justeras ner när dessa bristsituationer har upphört och tillgången normaliserats. Att priserna går ner är tecken på väl fungerande konkurrens. Se nedan för utvecklingen av primärproducentpriser (avräkningspriser).

Figur 23



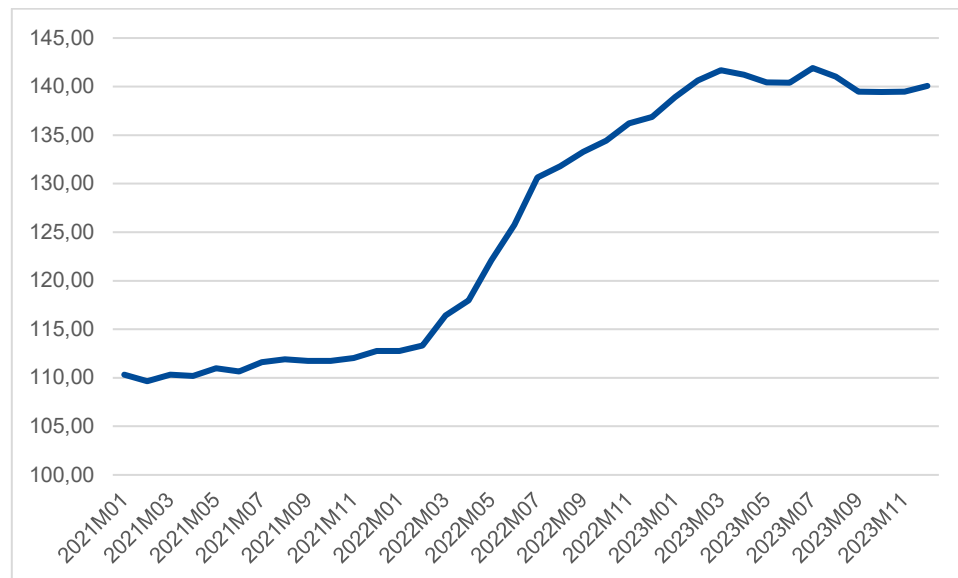
Källa, Jordbruksverket.

Men om priserna inte går ner efter att bristsituationer löst sig är det ett tecken på att konkurrensen fungerar mindre bra. I figuren nedan visas prisutvecklingen för jordbruksprodukter i dagligvaruhandeln. Priserna gick upp till följd av

²⁵ Notera att den här analysen studerar dagligvaruhandeln.

bristsituationer och bakomliggande prisuppgångar på foder och gödsel. Men trots att priserna på foder och gödsel gått ner ligger priserna kvar på en hög nivå. Varför går priserna på råvaror ner men inte priserna i dagligvaruhandeln?

Figur 24 Konsumentprisindex-J TOTALT (inkl moms)



De två bilderna belyser den här analysens viktigaste resultat: att skillnaderna i prisutveckling återspeglar skillnaderna i konkurrens mellan de olika leden i livsmedelskedjan. De två figurerna ovan ger starkt stöd för att konkurrensen i livsmedelskedjan skulle kunna fungera bättre.

Vid väl fungerande konkurrens kommer priser att återspegla tillgången på resurser, och således falla tillbaka när tillgången åter är god. Men den prisutveckling vi kan observera i livsmedelskedjan är inte bara en återspeglning av den bristsituation som uppstod, utan återspeglar vad som händer med priser på en marknad där priser inte är en funktion av utbud och efterfrågan utan är ett resultat av parternas förhandlingsmakt.

Analysens centrala observation är att dagligvaruhandeln kunnat försvara sina bruttovinstmarginaler när underliggande priser tidigare i leverantörskedjan ökat, och att detta förklarar de stora prisökningarna.

Analysen har begränsats till sju utvalda varugrupper. Det finns stor variation i vilket led som uppvisade den största prisökningen. Ett skäl till detta är variationen i hur stort procentuellt pålägg som sker i dagligvaruhandeln.

Konkurrensverkets analys, som baseras på faktiska uppgifter från dagligvaruhandeln, visar att dagligvaruhandelns bruttovinstmarginal minskade under 2021 för att vara konstant under 2022. För 2022 är det i linje med SCB:s rapport som säger att lönsamheten i dagligvaruhandeln varit oförändrad för första och andra halvåret.

Sammanfattningsvis, priserna i konsumentled skulle ökat mindre och fallit tillbaka, liksom avräkningspriserna, om konkurrensen i hela livsmedelskedjan fungerat bättre.

5 Appendix

5.1 Beskrivning av utvalda varugrupper

Producentledet i varukategorin bröd är högt koncentrerat.²⁶ Före samarbetet med Fazers samarbete med Polfärskt fanns det tre distributörer av färskt förpackat matbröd (Pågen, Polfärskt och Fazer). Återförsäljaravtalet mellan Polfärskt och Fazer som skrevs den 1 februari 2021 och som började implementeras i maj 2021 har lett till att endast två distributörer (Pågen och Polfärskt) är verksamma som återförsäljare.

Distribution som sker genom livsmedelskedjornas grossister är begränsad. En stor del av råvarorna för färskt förpackat matbröd är från Sverige. Det krävs dock en stor mängd el vid produktion samt drivmedel vid distribution från bagerier till lokala butiker, vilket kan ha bidragit en ökning av kostnaden i producentledet.

Ägg är som råvara tämligen homogen, men *produkten* ägg är en differentierad vara som kategoriseras på basis av produktionsmetod. Underkategorierna inkluderar ekologisk produktion, frigående utomhus, frigående inomhus och inredd bur. Det finns nästan ingen import av ägg för konsumtion.²⁷ Det kan finnas stöd för att produktionskostnaderna i producentledet har ökat i och med att en betydande del av kostnader är hönsfoder/värpfoder och uppvärmning.

Priset på klassiska svenska ostar har gått upp märkbart.²⁸ Enligt producenterna har kostnaden för mjölkproduktion i Sverige gått upp drastiskt. Detta har bidragit till prisökning på ost i Sverige. Samtidigt har det funnits en växande andel egna märkesvaror, så kallade EMV-produkter, inom ostkategorin. Tillsammans med import av hårdostar från andra länder har dessa två aspekter bidragit till konkurrenstrycket på marknaden.

Rapsolja har vanligtvis varierande ursprung. Produktion sker i bland annat Tyskland, Estland och Polen, i Sverige finns viss produktion. Världsmarknadspriset på raps har ökat markant efter minskningen av rapsproduktionen i EU 2020, samt efter att det har kunnat identifieras en ökning av efterfrågan på raps inom den europeiska biodieselindustrin. Totalt sett går enbart 25 procent av rapsolja till livsmedelsproduktionen, inklusive rapsolja för konsumtion.

²⁶ Konkurrensverkets marknadskännedom baseras bland annat på en tidigare, avslutad utredning avseende försäljning av bröd enligt konkurrenslagen (2008:579) (dnr 365/2021).

²⁷ Konkurrensverkets kännedom om äggmarknaden baseras bland annat på en tidigare, avslutad utredning avseende avtalsvillkor vid inköp av ägg enligt lagen (2021:579) om förbud mot otillbörliga handelsmetoder vid köp av jordbruks- och livsmedelsprodukter (dnr 729/2022).

²⁸ Konkurrensverkets kännedom om marknaden för hårdost baseras bland annat på en utredning enligt konkurrenslagens regler om koncentrationskontroll gällande Arla Foods, Norrmejeriers och Falköpings Mejeris förvärv av gemensam kontroll över Svensk Mjölk (dnr 661/2018).

Priset på rapsolja hade ökat markant redan vid första halvan av 2022. Priset på solrosolja, vilket är en utbytbar produkt till rapsolja, har också ökat i samband med Rysslands invasion av Ukraina, som vid tidpunkten för invasionen var världens största exportör av solrosprodukter.

Inom kycklingproduktion består producentledet av ett fåtal större aktörer (Kronfågel, GuldFågeln och Atria) och några små nischade aktörer.²⁹ Produktionen kan ha påverkats av ökat foderpris. Beroende på om produkterna är färska eller frysta finns det olika konkurrenstryck från utlandet.

Efterfrågan på smör ökade samtidigt som priset ökade, vilket är en egenskap som smör delar med ägg. Smörmarknaden domineras av en stor aktör, Arla, och flera mindre aktörer, liknande situationen för ägg.³⁰

När det gäller potatis valde Konkurrensverket att inkludera varugruppen i studien främst på grund av klagomål från potatisbönder om otillbörliga handelsmetoder.³¹

5.2 Begärda uppgifter

1. Ange de **50 mest sålda** artiklar under **vecka 5 2022** (31 januari 2022 – 6 februari 2022) inom följande varugrupper nedan.
 - a) Ägg
 - b) Ost
 - c) Matolja
 - d) Kyckling
 - e) Färska förpackade matbröd
 - f) Smör
 - g) Potatis

För var och en av de utvalda artiklarna, ange samtliga uppgifter som används för att identifiera enskild artikel, exempelvis fullständigt produktnamn, tillverkare, vikt, produktklassificering, subkategorier, segment och produkttyp. Vänligen inkom med uppgifterna, företrädesvis, i Excelformat.

²⁹ Konkurrensverket kännedom om marknadsförhållandena inom kycklingproduktion baseras bland annat på en utredning enligt konkurrenslagets regler om koncentrationskontroll av Kronfågels planerade förvärv av Lagerberg (dnr 52/2016).

³⁰ Marknadskoncentrationen i äggkedjan diskuteras i Konkurrensverkets äggrapport.

³¹ Se till exempel ärenden med diarienummer 671/2021, 672/2021, 672/2022, 78/2023, 774/2021 och 594/2023.

2. Ange hur stor andel omsättning de mest sålda artiklarna utgör inom de respektive varugrupperna på Fråga 1 för **vecka 5, 2022**.
3. För var och en av de utvalda artiklarna på Fråga 1, redovisa **inköpspris** från leverantörerna och **utpris** till butiker eller internpris från grossistverksamhet till butiker. Uppgifterna ska redovisas för **varje måndag kl.13.00** för perioden mellan **2021-01-01** och **2023-05-08**. Vänligen inkom med uppgifterna, företrädesvis, i Excelformat.
4. Ange i vilken mån det förekommer volym- eller kombinationsrabatter från leverantör för de aktuella artiklarna. Ange särskilt om dessa har förändrats under perioden mellan 2021-01-01 och 2023-05-08.
5. Redogör för i detalj hur inpriset från leverantörerna för de fem varugrupperna ovan bestäms.
6. Redogör för hur ni bestämmer utpriset till butiker ni levererar till. Ange samtliga metoder ni använder för de respektive fem varugrupperna på Fråga 1.
7. För var och en av de utvalda artiklarna på Fråga 1, redovisa eventuella rekommenderade priser till konsumenter, samt i förekommande fall av er fastställda priser i butiker. I de fall det finns flera olika rekommenderade priser för samma artikel, redovisa alla. Med rekommenderat pris avser vi här även defaultpris, utgångspris, pris i prisfil, pris i prisprofil och pris i prissättningssystem o dyl. Uppgifterna ska redovisas för **varje måndag kl.13.00** för perioden mellan **2021-01-01** och **2023-05-08**. Vänligen inkom med uppgifterna, företrädesvis, i Excelformat.
8. Ange i vilken mån det förekommer volym- eller kombinationsrabatter från grossistverksamheten till butik för de aktuella artiklarna. Ange särskilt om dessa har förändrats under perioden mellan 2021-01-01 och 2023-05-08.
9. Redogör för hur ni bestämmer rekommenderat pris. Med rekommenderat pris avser vi även defaultpris, utgångspris, pris i prisfil, pris i prisprofil och pris i prissättningssystem o dyl.
10. Om ni har butiker där ni bestämmer priset, ange hur ni bestämmer det.

5.3 Metod

Då information om kampanjpriser varit inkomplett har studien använt sig av ordinarie priser. Således analyseras ordinarie marginaler, och inte de som råder vid kampanjer. Resultaten av Konkurrensverkets analys är således indikativa om förändring i pålägg.

Den data som har samlats in via ålägganden har per kategori av vara kategoriserats och sorterats in till subkategorier. Data sammanställdes snabbt av aktörerna och vissa aktörer har meddelat att det kan finnas medkommande fel. I studien har detta korrigerats genom att identifiera förekomsten av extremvärden, detta genom att kontrollera hur dessa värden ligger gentemot den allmänna distributionen för den veckan värdet har rapporterades för. Identifierade extremvärden har exkluderats och ersatts med den tidigare veckans värde. Denna fyllningsmetod har även använts där data har saknats. I de fall en tidsserie saknar mer än 80 procent av någon av priserna (producent, grossist, konsument) har den exkluderats från analysen.

Alla priser inkluderade i rapporten är per enhet (även kallade jämförelsepriser), vilka avser ett kilopris för varor i kategorierna: ost, kyckling, bröd, smör och potatis, ett literpris för matolja och ägg är beräknat per kilo med 17 ägg uppskattandes väga ca ett kilo³².

I fall där en varus enhet (vikt/volym) har saknats har det skett en manuell komplettering utifrån aktörens onlinesortiment, med matchning på artikelnummer eller med en säkerställd identifikation på kombinationen av artikelns namn, märke, storlek och dylikt. Utifall artikeln inte kunde återfinnas eller dess identitet inte kunde säkerställas, har den exkluderats.

Samtliga index är normaliserade till 100 med en bas i början av den relevanta tidsserien, V1-2021(4 januari 2021) eller januari 2021, och är beräknat som: $Index_t = \left(\frac{Pris_t}{Pris_0}\right) * 100$

Kronmarginalen är beräknad för dagligvaruhandeln som:

$Konsumentpris, exklusive moms_t - producentpris_t$. Bruttovinstmarginalen är beräknad som: $(Konsumentpris, exklusive moms_t - Producentpris_t) / Konsumentpris, exklusive moms_t$. För detaljhandeln exklusivt är marginalerna likvärdigt beräknade som: $Konsumentpris, exklusive moms_t - Grossistpris_t$ och $(Konsumentpris, exklusive moms_t - Grossistpris_t) / Konsumentpris, exklusive moms_t$.

Konsumentpris inklusive moms är beräknat som:

$Konsumentpris, exklusive moms_t * 1.12$.

³² Se [Kronagg.se](https://www.kronagg.se/): "Medelvikten för ett ägg är ca 58 gram inklusive skal"

För 12, samt Tabell 5 och Tabell 6 är det pris som kan förklaras av leverantörsdrivna kostnader beräknade som: $\text{Hypotetiskt Konsumentpris}_t = \text{Konsumentpris}_0 + \text{producentpris}_t - \text{producentpris}_0$. Detta simulerar en omständighet där kostnadsöverföringarna från producentledet skedde 1:1 genom dagligvaruhandelns båda led (grossist och detalj). Ett momspåslag har sedan lagts på det beräknade hypotetiska priset.

För livsmedelsindustrin och primärproducenterna har en approximation av marginaler beräknats med allmänt tillgängliga data på produktionsteknologier. För bönderna är det $\text{Avräkningsprisprodukt}_t - \text{Avräkningspris för insatsvara}_t * \text{åtgång av insatsvara}$. För livsmedelsindustrin: $\text{Partipris}_t - \text{Avräkningspris för insatsvara}_t * \text{åtgång av insatsvara}$.



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

www.konkurrensverket.se