

Konkurrensverket har gjort en utredning – kanske det bara är början?

Konkurrensverkets utredning om dagligvaruhandeln blev offentlig i mitten av januari. I en kommuniké som gavs i sammanhanget konstaterade verket att "dagligvaruhandeln utnyttjar sin starka position gentemot varuleverantörerna på flera sätt som får anses vara dubiösa med tanke på sund och fungerande konkurrens". De här dubiösa förfarandena hör enligt konkurrensverket särskilt ihop med marknadsföringsavgifter som inte ger något i gengäld, överföringen av riskerna på leverantörerna (bl.a. kraven på återköp/returrätt när varor inte blivit sålda) och handelns egna produktmärken (private label), allt i kombination med handelns starka position när det gäller sortimentbestämningen. Både i utredningen och i kommunikén konstaterades det också att flera av de observerade förfarandena faller inom en "gråzon" som hör ihop med konkurrenslagstiftningen, men att det inte hade påträffats grova konkurrensbegränsningar som entydigt hamnar i den förbjudna kategorin. Den allmänna förekomsten av detta slags förfaranden och deras ställning i gråzonen ger dock Konkurrensverket anledning att fortsätta sina undersökningar.

För den som sätter sig in i Konkurrensverkets grundliga utredning är det positivt att konstatera att sakerna äntligen förs fram offentligt. Ännu för några år sedan var det knappast görligt att tala öppet om frågor av det här slaget. Det var så att säga ett tabubelagt samtalsämne, för man ville inte irritera uppköparna och den vägen riskera att de lägger om sina köprutiner. Man kunde bara knyta handen i byxfickan eller prata om sakerna i små, betrodda sällskap – om frågan behandlades öppet kunde kundförhållandena bli lidande. Det faktum, att man genom att kritisera handelns inköpare kan råka ut för konsekvenser för den egna försäljningen, har inte i och för sig förändrats, men nu har missförhållandena åtminstone blivit nämnda, låt vara på ett allmänt plan.

Problemen drabbar inte bara livsmedels- och/eller bageriindustrin i Finland. Alldeles likartade problem förekommer på andra håll i Europa, i länder där stora han-

delskedjor har en stark, dominerande position. Det här har mycket tydligt kommit fram under bageribranschens konferenser på internationell nivå, där vi på senare tid har fått höra många slags berättelser om handelskedjornas affärsmetoder.

Allmänt taget kan vi konstatera att det i industrikretsar under de senaste åren skett en tydlig attitydförändring när det gäller hur öppet man vågar diskutera de här problemen. Eftersom det är fråga om människor och mänsklig verksamhet är det ju oftast så att företrädarna för företag, som uppfattas ha stark förhandlingsposition, ogärna ser att frågor av det nämnda slaget diskuteras öppet. På motsvarande sätt är det ju företrädarna för företag som ligger i underläge eller annars ställs inför försämrade villkor, som är betydligt mer betjänta av tilltagande offentlighet. Det är kanske just på den här punkten som den viktigaste förändringen skett, i och med att många företag har kommit till insikt om att en stark marknadsposition inte nödvändigtvis är evigt bestående.

Enligt min uppfattning är det just de olika organisationerna, typ Livsmedelsindustriförbundet, Finlands Bageriförbund – liksom Företagarna i Finland – som har till uppgift att lyfta fram de missförhållanden som drabbar de enskilda medlemsföretagen. Av lättförståeliga skäl är det för enstaka företagare inte så enkelt att spela en aktiv roll i sammanhanget. Det får väl anses höra till förbundens skyldigheter att vid behov vara bråkstake, bära hundhuvudet för medlemsföretagens del, hur motbjudande det än kan kännas. Men vem annars ska ta ställning till missförhållandena, om inte just en organisation? Det är uppenbart att det i Finland inte finns många företag, knappast ett enda, som har råd att ensamt träda fram i saken.

Själv tror jag att det ännu kommer en tid där man allmänt förundrar sig över hur det på 1990-talet och i början av 2000-talet ens var möjligt, att dagligvaruhandelsorganisationer höll en så enormt stark förhandlingsposition att de i leveranskontrakten kunde insistera på helt oskäliga, juridiskt ohållbara villkor, ensidiga klausuler

Men vem annars ska ta ställning till missförhållandena, om inte just en organisation?

som bara var tvingande för leverantörssidan. Avtalsklausuler av det här slaget är i dagens läge exempelvis bestämmelser om avtalsvite, som bara är bindande för leverantörerna. Jag vet att den tanke jag nu för fram kan förefalla utopistisk. Men tänk bara på att, ännu för några år sen, kunde ingen föreställa sig att det kommer en tid när man förundrar sig över att det tidigare var tillåtet att röka fritt på restaurang. Men omställningen kom, och den kom snabbt.

Den term som Konkurrensverket använder i sin utredning, alltså att dagligvaruhandels metoder rör sig i en "gråzon", ger oss osökt associationer till dopningsskandalen vid skid-VM i Lahtis 2001. Då sade de finländska idrottarna som hade åkt fast i drogtest att de hade rört sig i bestämmelsernas gråzon. Men när sedan avslöjandena om dopning blev allt fler, så insåg alla att benämningen gråzon inte riktigt var tillräcklig för att beskriva det som finländska skidåkare sysslade med. Tiden får nu utvisa om de eventuella fortsatta utredningarna av Konkurrensverket kastar nytt ljus över gråzonerna i dagligvaruhandeln.

M. Väyrynen

Mika Väyrynen

