

Prosjektnotat nr. 4-2011

Randi Lavik

## Sammenligning av priser mellom Norge, Sverige og Danmark på enkelte merkevarer - 2010

**SIFO**

© SIFO 2011  
Prosjektnotat nr. 4 – 2011

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
Sandakerveien 24 C, Bygg B  
Postboks 4682 Nydalen  
0405 Oslo  
[www.sifo.no](http://www.sifo.no)

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

<b>Tittel</b> Sammenligning av priser mellom Norge, Sverige og Danmark på enkelte merkevarer – 2010	<b>Antall sider</b> 71	<b>Dato</b> 11.04.2011
<b>Forfatter(e)</b> Randi Lavik	<b>Prosjektnummer</b> 11200636	<b>Faglig ansvarlig sign.</b>
<b>Oppdragsgiver</b> Statens institutt for forbruksforskning		
<b>Sammendrag</b> Vi har sett på gjennomsnittsprisene på 27 merkevarer innen næringsmidler og 11 merkevarer av såkalt ”non food” fra mars 2010. Gjennomsnittlig var prisene på næringsmidler 7 prosent lavere i Sverige enn i Norge, og 13 prosent lavere i Danmark enn Norge når vi sammenlignet prisene i landenes egen valuta. Ved omregning til NOK ble prisene 23 prosent lavere i Sverige enn Norge, og 6 prosent lavere i Danmark enn i Norge. Ved korreksjon av MVA ble prisene 22 prosent lavere i Sverige enn i Norge og 15 prosent lavere i Danmark enn Norge. For ”non food” var prisene 22 prosent lavere i Sverige enn i Norge, og 10 prosent lavere i Danmark enn Norge målt i NOK. Enkelte produkter har store prisforskjeller i disfavør av Norge, som eksempel sjokolade. Te er billigere i Norge enn Danmark. Det er store variasjoner i prisforskjellene. Det er liten systematikk i hvilke produkter som har store forskjeller og hvilke som har små. Generelt kan vi si at mye av prisforskjellene mellom Sverige og Norge skyldes sterk NOK i forhold til SEK. Andre forhold som kan forklare litt av forskjellene er toll og avgifter til Norge som de andre landene ikke har. Også et høyt kostnadsnivå i Norge kan bidra til å forklare noen av prisforskjellene. Imidlertid, på en del produkter er prisforskjellene så store at de ikke kan forklares av såkalte kjente faktorer. Det er mulig at stor betalingsvillighet i Norge gjør at man kan ta høyere priser i Norge enn andre land. Ulike konkurranse i ulike delmarkeder i de tre land kan også være en mulig forklaring. En grunn til at prisforskjellene mellom Sverige og Norge er større enn mellom Danmark og Norge, kan skyldes sterk NOK i forhold til SEK, men en noe svakere NOK i forhold til DKK.		
<b>Stikkord</b> Prissammenligning Norge, Sverige og Danmark, (internasjonale) merkevarer		



Sammenligning av priser mellom Norge, Sverige og Danmark  
på enkelte merkevarer – 2010

av

Randi Lavik

2011

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING  
postboks 4682 Nydalen, 0405 Oslo



## Forord

Denne undersøkelsen er initiert fra SIFO, og inngår som innhenting av kunnskap om konkurranseforholdene i dagligvarehandelen i Norge.

Undersøkelsen er basert på scannerdata fra Nielsen Norge på ulike merkevarer i hhv Norge, Sverige og Danmark i 2010. Merkevarer er produkter som i prinsippet ikke burde ha store prisforskjeller mellom disse landene.

Statens institutt for forbruksforskning  
April 2011





# Innhold

Forord.....	5
Innhold .....	7
1 Introduksjon.....	9
1.1 Bakgrunn.....	9
1.2 Problemstilling .....	9
1.3 Vareutvalg og metode .....	9
1.4 Hypoteser og forklaringer .....	10
2 Metode og datainnsamling.....	13
2.1 Vareutvalg.....	13
2.2 Scannerdata – Nielsen Norge og markedsandeler .....	15
2.3 Beregningsmåter “Billigere enn – eller dyrere enn” .....	17
2.4 Forhold som kan forklare prisforskjeller mellom Norge, Sverige og Danmark.....	18
2.4.1 Avgifter .....	18
2.4.2 Ulikt kostnadsnivå.....	19
2.4.3 Valuta .....	21
3 Prisforskjeller mellom Norge, Sverige og Danmark.....	25
3.1 Næringsmidler.....	25
3.2 ”Non-food”.....	31
3.3 Samlet oversikt for næringsmidler og ”non-food” .....	32
4 Prisspredning .....	35
5 Oppsummering og konklusjon.....	37
Litteratur.....	41
Vedlegg 1 .....	43
Vedlegg 2 .....	47
Vedlegg 3 .....	55



# 1 Introduksjon

## 1.1 Bakgrunn

SIFO har tidligere sett på prisforskjeller mellom Norge og Sverige på 24 merkevarer i 2002 (Dulsrud og Lavik 2003). Gjennomsnittlig var prisene 21 prosent lavere i Sverige enn i Norge i 2002. En del av disse forskjellene kunne forklares ved ulike særavgifter og tollsatser som fantes i Norge, men som ikke Sverige hadde. Dessuten hadde valutakurser betydning. I denne studien er har vi utvidet prissammenligningen til også å gjelde Danmark.

Bakgrunnen for disse studiene er den oppmerksomheten som i lengre tid har vært omkring prisene på importerte merkevarer i dagligvarehandelen, som sjokolade, hygieneartikler, drikkevarer mv.

Rapporten vil være strukturert på følgende måte: Kapittel 1 beskriver problemstilling, metode og hypoteser. I kapittel 2 blir vareutvalget av merkevarer presentert og det redegjøres for hvordan prisforskjellene blir beregnet. Videre i dette kapitlet blir opplysninger om generelle avgifter, toll og særavgifter presentert, samt opplysninger om forskjeller i kostnader som kan forklare evt. prisforskjeller. Til slutt presenteres valutakursene. I kapittel 3 blir empirien analysert, og avsluttes med mulige forklaringer på prisforskjellene. I kapittel 4 ser vi på pris-spredning i de tre landene.

## 1.2 Problemstilling

For forbrukerne har eventuelle prisforskjeller mellom Norge, Sverige og Danmark en prinsipiell betydning. Markedsprisene påvirker forbrukernes velferd, og de bestemmer hvor mye vi kan få for husholdningsbudsjettet vårt. Derfor kan det i første omgang være interessant å vite om internasjonale merkevarer konsekvent selges billigere i Sverige og evt. Danmark enn i Norge. Og hvor store er i så fall forskjellene? Varierer for eksempel prisforskjellene mellom ulike produktgrupper?

Dersom prisene er høyere i Norge enn i Sverige for helt identiske produkter og dette ikke kan forklares ved kjente faktorer som toll, avgifter, valuta etc., kan en hypotese være at nordmenn har høyere betalingsvilje enn for eksempel svensker, noe som kan utnyttes av ledd i distribusjonsskjeden til ta en høyere pris enn de ellers ville gjort. Vi ønsker derfor å gjøre en oppfølgingsstudie fra 2002, men med noen andre kriterier for vareutvalg.

## 1.3 Vareutvalg og metode

Vi vil sammenligne priser generelt i Norge, Sverige og Danmark på kjente merkevarer som selges i dagligvarebutikker. Dette er ingen grensehandelsundersøkelse. Vi vil derfor ikke se

på prisene i Sverige langs grensen til Norge, som ofte er lavere jo nærmere grensen man kommer (Lavik 2004).

### Scannerdata fra Nielsen Norge

Vi har kjøpt data av Nielsen Norge som er et internasjonalt analysebyrå. Vi tar i bruk scannerdata som er registrert for ulike kjedeprofiler i både Norge, Sverige og Danmark. Scannerdata er faktiske priser ut til forbruker som er registrert elektronisk i et bestemt tidsrom.

### Valg av produkt

Vi har valgt et visst antall merkevareprodukter innen både næringsmidler og såkalte ”non-food”-produkter som selges i dagligvarehandelen. Av hensyn til sammenlignbarheten har vi i den første kategorien forsøkt å unngå matprodukter som i stor grad omfattes av norsk landbrukspolitikk. På tross av at vi har prøvd å velge ukompliserte matvarer i handelspolitisk forstand, finnes likevel en rekke særnasjonale toll- og avgiftssatser, noe vi vil prøve å korrigere for i våre beregninger der vi har tilgang til disse satsene.

I prinsippet er det fem typer merkevarer innen næringsmidler og ”non-food” vi kunne velge.

- 1) Internasjonale merkevarer som produseres utenfor Norge/Sverige/Danmark.
- 2) Merkevarer som produseres i Norge og som selges i alle tre land.
- 3) Merkevarer som produseres i Sverige og selges i alle tre land.
- 4) Merkevarer som produseres i Danmark og selges i alle tre land.
- 5) Egne merkevarer (EMV) som selges i alle tre land. Dette lot seg imidlertid ikke gjennomføre fordi Nielsen ikke har anledning til å oppgi priser knyttet til bestemte kjeder. Da måtte vi i så fall gått ut og hentet inn priser selv, noe vi av tidsmessige og økonomiske forhold ikke hadde anledning til.

Vi vil også finne det interessant å kartlegge eventuelle prisforskjeller på merkevarer som er produsert i ett av de tre skandinaviske landene, og som selges både i Norge, Sverige og Danmark. Det var imidlertid ikke så mange av dem. Enkelte produkter fantes bare i Norge og Sverige, eller Norge og Danmark. Disse er ikke presentert i denne rapporten.

## 1.4 Hypoteser og forklaringer

En rekke forhold kan bidra til å forklare prisforskjeller mellom identiske produkter i Norge, Sverige og Danmark. Det er forskjeller i toll, avgifter, kostnadsnivå, valuta, etc. Også konkurransen innen de enkelte delmarkedene vil være avgjørende, herunder relasjonen mellom merkevareprodusent, eventuell importør og detaljist. Denne undersøkelsen er beskrivende, og vi har ikke kunne ta høyde for alle disse momentene.

De fleste av varene vi sammenlignet i 2002 hadde en prisforskjell i butikkene som tilsvarte valutaforskjellen mellom Norge og Sverige, dvs. ca. 20 prosent i forskjell. I 2002 var NOK svært sterk i forhold til SEK og da skulle importerte varer i Norge vært billigere i forhold til importerte varer til Sverige. I praksis kan forskjellene være en kombinasjon av en eller flere forklaringer. Forskjellene kan forklares ved at merkevareleverandøren selger varen billigere i Sverige enn i Norge, eller motsatt; at Norge må betale mer, muligens fordi betalingsviljen er høyere i Norge enn i Sverige, at svenske dagligvarekjeder opererer med lavere marginer enn de norske eller en kombinasjon av disse forklaringene. Da vi kun har opplysninger om prisen i butikkledet, er det vanskelig å gi noe endelig svar. En mer grundig undersøkelse forutsetter kjennskap til butikkjedenes innpriser. Denne type informasjon er ikke lett å få tilgang til.

Internasjonale merkevarer som selges i Norge, Sverige og Danmark, leveres ofte fra en og samme produsent eller leverandør, men ikke alltid. For mange av disse merkevarene skulle en derfor anta at pris fra leverandør til kjede skulle være noenlunde like. Prisforskjeller mellom Norge, Sverige og Danmark kan imidlertid oppstå som følge av forskjeller i toll og avgiftspolitik. Det vi derimot ikke kan si noe om er i hvilken grad etterspørselastisiteten kan ha betydning for om deler av avgiftene overføres til forbruker eller ikke. Andre forklaringer er at det kan være ulike driftskostnader og fortjenestemarginer i dagligvaredistribusjonen. For eksempel er kostnadsnivået generelt høyere i Norge enn i Sverige og Danmark. En annen forklaring kan være at prispresset på de produktene vi studerer er sterkere i det ene landet enn i det andre, og at konkurranseforholdene er forskjellige. Ved å gjøre en sammenlignende prisundersøkelse på merkevarer som importeres til både Norge, Sverige og Danmark vil vi kunne avdekke hvor store prisforskjellene er, men vi vil ikke alltid kunne si noe om hvorfor slike forskjeller finnes.

Vi vet fra andre undersøkelser at det kan være forskjeller i pris mellom Norge og Sverige. Prisforskjellene kan gå begge veier. På handelens egne merkevarer (EMV) ble det for eksempel registrert en prisforskjell på 40 prosent i en undersøkelse av 59 prissammenligninger gjennomført av DLF (Dagligvareleverandørenes forening) og ACNielsen (Handelsbladet FK nr 36, 22. oktober 2003). 31 av produktene var dyrere i Norge, mens 28 var dyrere i Sverige. I følge industrien er det slik det skal være, fordi konkurransesituasjonen er forskjellig fra produkt til produkt. Markedsøkonomien forutsetter forskjellig prisstrategi i forskjellige områder for å oppnå et godt resultat (op.cit).

Hvis prisene er lavere i Sverige enn Norge, kan dette også forklares av størrelsen på markedene. For eksempel har Sverige langt flere innbyggere enn Norge. Dette kan bidra til at Sverige kan få kvantumsrabatt fordi de kan kjøpe store kvanta. Dessuten kan styrkeforholdet mellom kjedene være forskjellig i disse landene. En stor kjede kan ha større forhandlingsmakt enn en liten kjede. Innkjøpernes dyktighet kan også ha betydning for prisen.

En viktig variabel som kan forklare prisforskjeller, er ulike valutakurser. Dersom prisene er høyere i for eksempel Sverige enn Norge på varer som importeres fra et tredjeland, kan dette også skyldes valutaforhold hvor man kjøper inn for samme pris i for eksempel Euro. Hvis SEK er svakere enn NOK blir prisen høyere i Sverige enn Norge målt i egen valuta. Et eksempel på samme støvsuger som ble solgt både i Norge og Sverige, viste at en Volta U2330 kostet 899 SEK i Sverige og 799 NOK i Norge. Tilsvarende kostet en Miele S5781 SEK 3348, og NOK 2795. Dette er som forventet gitt at dette er effekten av ulike valutakurser. Dette er ikke alltid konsekvent. For eksempel så vi et eksempel på klær at utsalgspris var den samme i Euro for en rekke land (€49,95), men hvor NOK og SEK var begge 499,95, mens prisen i Danmark var DKK 399,95. Med lik pris i Norge og Sverige blir denne kjolen billigere for nordmenn hvis den ble kjøpt i Sverige. Den norske prisen i forhold til Euro synes merkelig. Regner vi dagens kurs (26.07.2010) skulle prisen i Norge vært ca. 400 NOK. Sterk NOK skal gi lavere pris i Norge på import. Dette er altså ikke som forventet.



### Prislapp på en kjole kjøpt på Bornholm, juni 2010.

Det kan være rimelig å anta at prisene på importerte merkevarer som prises med lik Euro til alle tre land, at prisene i Danmark er lavere enn i Norge, mens prisene i Sverige er høyere enn i Norge. Om dette er tilfellet for merkevarene innen dagligvare gjenstår å se.

Etter vår mening er det flere spørsmål som kan stilles i forbindelse med omsetningen av merkevarer i Norge, Sverige og Danmark. Det er hevdet at norske dagligvarekjeder kjøper inn sine merkevarer gjennom en norsk eneimportør (Aftenposten 23.09.02), mens de svenske kjedene primært importerer direkte fra produsenten uten mellomledd. Dersom denne påstanden er tilfellet vil det i Norge være et fordyrende mellomledd, som i sin tur bidrar til et ekstra påslag. Såkalte doble påslag kan fordyre varene.

Andre mekanismer som kan virke inne på evt. prisforskjeller, er om produktene har ulik distribusjonsgrad i de tre landene. Dette kan slå begge veier. Hvis det er mange butikker som selger produktet, kan dette gi seg utslag i mer konkurranse og dermed gi lavere priser. Motsatt kan det imidlertid gi høyere priser, fordi produktet kan få en slags monopolstatus. Vi vil imidlertid ikke ha muligheter for å kunne skille disse mekanismene.

Denne presentasjon av mulige forklaringer på prisforskjeller viser at sammenligning av priser mellom land kan være problematisk. Dette vil bli diskutert videre etter at empirien er presentert.

Til slutt vil vi nevne at de importerte merkevarene ikke utgjør noen dominerende del av våre årlige husholdningsutgifter, og evt. prisforskjeller påvirker ikke vår levestandard i vesentlig grad.

## 2 Metode og datainnsamling

### 2.1 Vareutvalg

I samarbeid med Nielsen Norge har vi valgt ut en rekke merkevareprodukter som selges i dagligvarebutikker innen næringsmidler og ”non-food”.

Som tidligere nevnt har vi prøvd å velge ukompliserte matvarer som ikke omfatter landbrukspolitikk og handelspolitikk. På tross av dette finnes likevel en rekke særnasjonale toll- og avgiftssatser.

I prissammenligningene spør vi om prisene i Sverige og Danmark er lavere enn i Norge. Det betyr at eventuelle differanser mellom Norge og Sverige/Danmark beregnes prosent med utgangspunkt i de prisene vi finner i Norge. Vi har korrigert for forskjeller i valuta ved å konvertere svenske kroner (SEK) og danske kroner (DKK) til norske kroner (NOK). Deretter har vi beregnet gjennomsnittsprisen for produktet i Norge og Sverige. I tillegg presenterer vi tabeller der vi har korrigert for forskjeller i avgifter.

Det er merkevarer som er utgangspunktet for prissammenligningen. Disse er inndelt i utenlandske merkevarer av mat, utenlandske merkevarer av dagligvarer ”non-food”, og norske, svenske og danske merkevarer. Varene vi her har sammenlignet er helt identiske i Norge, Sverige og Danmark. Vi har 27 matprodukter og 11 ”non food”.

Noen av produktene er produsert i Norge, noen i Sverige og noen i Danmark. De fleste produktene er imidlertid produsert i andre land, og de fleste ute i Europa i EU-land.

Det må ellers advares mot at dette er ingen representativ handlekurv! Det er et utvalg av merkevarer som selges i alle de tre landene. Valget av produktene er rent pragmatisk; vi valgte dem som vi fant i alle tre land.

Tabellen under viser hvilke produkter som er med og graden av distribusjon. Det varierer ganske mye hvor stor utbredelse (distribusjon) disse varene har i de ulike butikkstørrelsene i hvert av landene. Prosent distribusjon forteller hvor stor andel av forretningene i det enkelte land som har hatt salg av produktet i mars 2010. Der det står null, så har det ikke blitt registrert salg av den gitte varen i de aktuelle butikkene. Produktet har derfor svært liten/ingen utbredelse i den gitte nedbrytningen. Prosent distribusjon har ingenting med markedsandeler å gjøre.

Tabell 2-1 Vareutvalget. Vareutvalg næringsmidler, mva NO=14 %, SE=12 %, DK=25 %

Produksjonsland	Næringsmidler i alle tre land	Importør/produsent	Toll Norge	Prosent distribusjon mars 2010		
				NO	SE	DK
Sverige	O'BOY BOKS,450 GR	KRAFT FOODS NORGE AS		85	77	23
Italia	BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN,500 GR	IDEAL WASA AS		45	27	2
	TWINING EARL GREY 50BG,100 GR	HAUGEN GRUPPEN	Nei	78	4	4
	TWINING EARL GREY,200 GR	HAUGEN GRUPPEN	Nei	50	55	16
	LIPTON YELLOW LABEL 20BG,40 GR	Jensen & Co	Nei	79	99	35
Nederland	MF SNICKERS 2-PK,80 GR	MARS NORGE A/S		94	28	54
Nederland	MF SNICKERS SINGLE,57 GR	MARS NORGE A/S		42	89	75
	KINDER MAXI T1,21 GR	FERRERO		96	50	77
	KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	FERRERO		95	81	87
Danmark	A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	HAUGEN GRUPPEN		14	46	65
Nederland	DOLMIO CLASSICO,500 GR	MARS NORGE A/S		92	76	86
Nederland	U.B. CHINESE SWEET&SOUR,500 GR	MARS NORGE A/S		90	71	56
Sverige	ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM,230 GR	SANTA MARIA NORGE AS		57	92	43
Nederland	KIKKOMAN SOYASAUS,150 ML	STABBURET A/S	Nei	87	66	44
USA	TABASCO PEPPER SAUCE,57 ML	HAUGEN GRUPPEN		45	59	42
Spania	YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE,500 ML	HAUGEN GRUPPEN	Nei	19	18	0
Sverige	SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE,190 GR	SAETRE AS		83	100	9
USA	SUN MAID ROSINER,500 GR		Nei	94	78	61
Tyskland	DR.OETKER RISTORANTE MOZZARELLA,325 GR	DR. OETKER AS		80	65	37
Danmark	TULIP DANSK SALAMI SKIVET,250 GR	TAGA FOODS		53	19	0
	KNORR HØNSEBULJONG TERNING,6 L	UNILEVER NORGE		14	66	67
	KNORR GRØNNSAKSBULJONG TERNING,6 L	UNILEVER NORGE		1	82	59
Frankrike	NESTLE FITNESS,375 GR	A/S NESTLE NORGE	Nei	84	34	22



Frankrike	NESTLE FITNESS HASSELNØTT,375 GR	A/S NESTLE NORGE	Nei	17	0	0
England	NESTLE CHEERIOS,375 GR	A/S NESTLE NORGE	Nei	83	87	68
Tyskland	KELLOGGS CORN FLAKES,375 GR	KELLOGG NORGE	Nei	72	11	0
Tyskland	KELLOGGS ALL BRAN REGULAR,500 GR	KELLOGG NORGE	Nei	88	83	0

Der det ikke står noe i cellene i kolonnen for toll til Norge, vet vi at noen har toll, mens for andre produkter vet vi ikke.

**Tabell 2-2 Vareutvalget "non-food". 25 % MVA i alle tre land**

Produksjonsland	Non-food i alle tre land	Importør/produsent	Prosent distribusjon mars 2010		
			NO	SE	DK
Norge	JORDAN CLEAN BETWEEN MEDIUM,	JORDAN AS	64	27	13
	LISTERINE FLUORIDE MUNNVANN,500 ML	MCNEIL	66	59	14
	EL'VITAL SHAMPOO ANTI-BREAKAGE,250 ML	L'OREAL NORGE AS	75	56	46
	HEAD&SHOULDERS CLASSIC CLEAN,250 ML	PROCTER & GAMBLE	84	65	30
	WELLA SHAMPOO NORMALT HÅR,300 ML	PROCTER & GAMBLE	43	72	3
	LIBRESSE TRUSEINNLEGG NORMAL,32 STK	SCA HYGIENE PRODUCTS AS	76	49	41
	O.B. SUPER PLUS,16 STK	MCNEIL	61	71	18
	GILL.MACH3,5 STK	PROCTER & GAMBLE	63	30	37
	GILL.MACH3 TURBO,5 STK	PROCTER & GAMBLE	62	22	41
	GILL.VENUS EMBRACE BLADER,3 STK	PROCTER & GAMBLE	40	14	13
	GILL.VENUS EMBRACE HØVEL,	PROCTER & GAMBLE	23	10	7

Det er ifølge Tolltariffen ikke toll på disse non-food produktene til Norge.

Distribusjonsgraden kan også bidra til å forklare prisforskjeller mellom land.

## 2.2 Scannerdata – Nielsen Norge og markedsandeler

Gjennomsnittprisene er scannerdata (scantrack) fra Nielsen. Dette er prisene som scannes i butikkene, og som Nielsen mottar elektronisk fra dagligvarekjedene. Prisene er gjennomsnittspriser for i prinsippet nesten alle dagligvarebutikker i Norge, Sverige og Danmark. I Danmark er hard-discountbutikker ikke med. Disse har en andel på nesten 5 prosent.

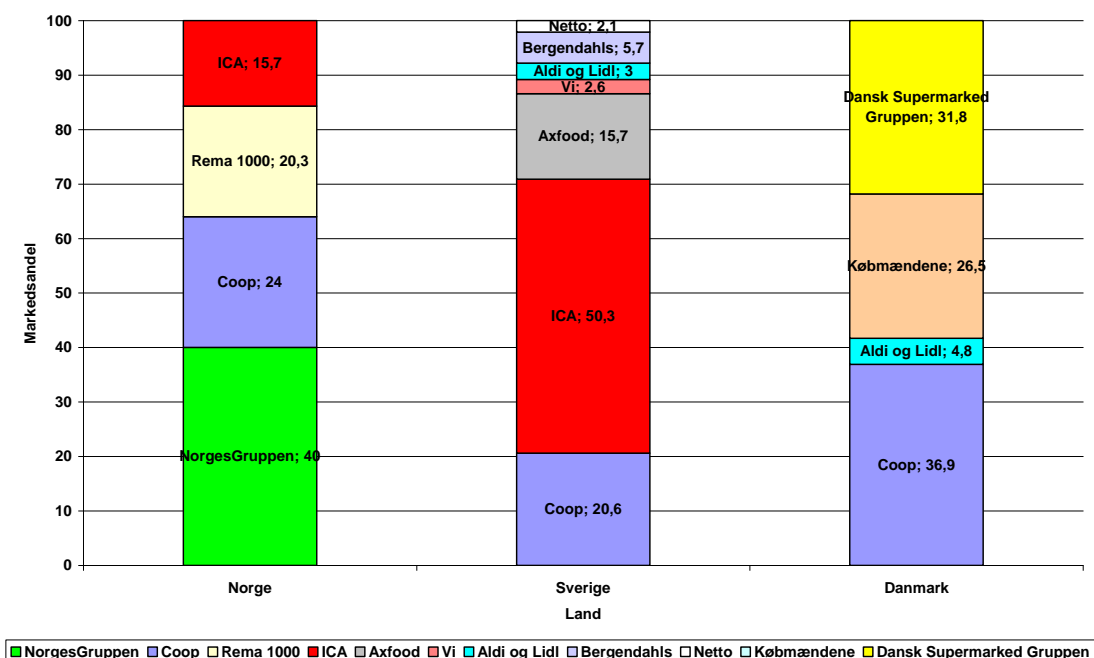
Prisene som er benyttet i denne rapporten ble registrert i mars 2010.

Scantrack er en utvalgsstudie i alle 3 land, hvor utvalget vektet for å etablere representativitet mht. butikkstørrelse, butikkomsättning, region, fylke og kjede. Antall butikker er noe varierende per land. I Norge har vi ca. 3.400 forretninger med av totalt ca. 3.700

Gjennomsnittlig pris er utarbeidet på følgende måte; Total omsatt verdi for valgt artikkel/total omsatt antall enheter.. Dermed vil gjennomsnittsprisene kunne bli influert av lavprismarkedet som har ulike andeler i de tre land.

Det er stor forskjell i hvor stor andel lavprismarkedet utgjør av det total dagligvaremarkedet i de Skandinaviske landene. I 2005 var denne andelen på 47,4 prosent i Norge, Sverige hadde 10,8 prosent, mens Danmark hadde 23,3 prosent. Siden Norge har så høy andel skulle det isolert sett tilsi de laveste prisene her.

Vi får ikke korrigerert for ulikheter i butikkstruktur som kan ha betydning for prisforskjellene. Vi har imidlertid beregnet ut en konsentrasjonsindeks i de tre landene.



Figur 2-1 Markeds andeler i Norge, Sverige og Danmark 2009<sup>1</sup> (Aldi finnes ikke i Norge og Sverige)

Vi bruker tallene om markedsandeler til å måle graden av konsentrasjon i dagligvarebransjen i hhv Norge, Sverige og Danmark. Dette er eksempel på interstore-konkurranse. En vanlig måte å måle graden av interstore-konkurranse på er å bruke en konsentrasjonsindeks. Et eksempel på en slik indeks er Herfindahl-indeksen. Den er summen av de kvadrerte markedsandelene i prosent til alle bedriftene i markedet (Tirole 1998, s. 221). Et monopol har en indeksverdi på 10 000.

Konkurransemyndighetene i USA klassifiserer markedskonsentrasjon på denne måten ut fra Herfindahl-indeksen (Konkurransetilsynet 2009, s. 34):

- Indeksverdi < 1 000: Svak markedskonsentrasjon
- 1 000 < indeksverdi < 1 800: Moderat markedskonsentrasjon
- Indeksverdi > 1 800: Sterk markedskonsentrasjon

<sup>1</sup> Delfi, DLF och Fri Köpenskap presenterar: Dagligvarukartan 2009.

<http://www.fri-kopenskap.se/document/Dagligvarukarta2009.pdf> lesedato: 06.09.2010

For dagligvaremarkedet er denne indeksen 2 835 for Norge, 3254 for Sverige og 3098 for Danmark. Konsentrasjonen i dagligvaremarkedet er dermed sterkest i Sverige. Ut fra disse konsentrasjonsindeksene kan vi forvente laveste pris i Sverige, etterfulgt av Danmark og høyeste priser i Norge. Store aktører har større kjøpermakt og dermed større mulighet til å presse innkjøpsprisene.

### 2.3 Beregningsmåter “Billigere enn – eller dyrere enn” ...

Det er flere måter å anskueliggjøre prisforskjeller på. Vi har sett på gjennomsnittsprisene.

Prosentforskjeller kan beregnes på flere måter. Vi kan for eksempel beregne hvor mange prosent dyrere gjennomsnittsprisene på en vare er i ett land – Y - sammenlignet med et annet - X. Da må det landet vi sammenligner med – X - ha lavere pris enn Y. X vil i dette tilfellet være 100 og stå under brøkstreken. Hvis vi stiller spørsmålet hvor mye dyrere en vare er i Norge sammenlignet med tilsvarende vare i Sverige, vil beregningsgrunnlaget være den svenske varen. Vi kan da risikere å finne forskjeller på flere hundre prosent. Rent umiddelbart kan dette gi inntrykk av dramatiske forskjeller. Ettersom vår hypotese er at de fleste varene vi har valgt ut er dyrere i Norge enn i Sverige, bør vi være mer forsiktig i å dramatisere forskjellene. Da kan vi velge å se hvor mye billigere de svenske varene er sammenlignet med de norske. Beregningsgrunnlaget er i vårt tilfelle er de norske prisene (de norske prisene er hundre prosent).

Formelen er:  $\text{Prosentforskjell} = ((\text{NOK i Sverige} - \text{NOK i Norge}) * 100) / \text{NOK i Norge}$

Som utgangspunkt for beregningene har vi altså valgt Norge som 100. Alt etter fortegnet på prosenten, vil varen være så og så mange prosent billigere i Sverige enn i Norge (minus foran) eller så og så mange prosent dyrere i Sverige enn i Norge (positivt prosenttall). Hvis en vare er 50 prosent billigere i Sverige enn i Norge, betyr det altså ikke at den motsatt er 50 prosent dyrere i Norge enn i Sverige! Den norske prisen under brøkstreken må da byttes ut med den svenske prisen, og den samme varen vil i så fall være 100 prosent dyrere i Norge enn i Sverige, dvs. dobbel så dyr. Men som nevnt, vi har valgt den mest forsiktige presentasjonen, og angir derfor hvor mange prosent billigere en vare er i Sverige sammenlignet med prisen i Norge (dersom den er billigere).

**Tabell 2-3: Eksempler på lavere enn... høyere enn....**

	Norge NOK	Sverige NOK	Sverige lavere enn Norge %	Norge høyere enn Sverige %
Vare 1	100	90	10%	11%
Vare 2	100	50	50%	100%
Vare 3	100	10	90%	900%

Vi ser av tabellen at hvilken beregningsmåte man benytter har stor betydning for hvilke inntrykk prisforskjeller kan gi en leser. Med liten prisforskjell gir ulike beregningsmåte rimeligvis mindre utslag enn ved store prisforskjeller.

Det er beregnet prosentvise forskjeller mellom gjennomsnittsprisene for hver enkelt vare mellom hhv Norge og Sverige, og Norge og Danmark. Norge er altså referanselandet, slik at de prosentvise forskjellene vil vise hvorvidt prisene i hhv Sverige og Danmark er høyere eller lavere enn Norge.

## 2.4 Forhold som kan forklare prisforskjeller mellom Norge, Sverige og Danmark

Det er en rekke forhold som kan forklare prisforskjeller mellom land. Her skal vi diskutere de mest åpenbare.

### 2.4.1 Avgifter

Avgifter på varer deles gjerne inn i generelle avgifter som eks merverdiavgift, og spesielle avgifter som eksempel særavgifter og toll.

#### **Merverdiavgift**

Merverdiavgiften er en generell avgift og varierer for en rekke land og produktgrupper. I Norge var merverdiavgiften på mat og alkoholfrie drikkevarer 14 prosent i 2010, mens i Sverige var tilsvarende mva 12 prosent, og i Danmark 25 prosent. Merverdiavgiften på ikke-mat, eller ”non-food” var 25 prosent i både Norge, Sverige og Danmark i 2010.

#### **Særavgifter**

I Norge er det ellers særavgifter på en rekke produkter. Av de produktene vi har med i undersøkelsen er det sjokoladeavgift på sjokoladeproduktene. Sjokoladeavgiften er kr 17,60 pr kg i 2010, og kr 6,82 pr kg for sukker. Danmark har også sjokoladeavgift, men ikke Sverige. I Danmark er denne avgiften på DKK 17,75 pr kg.

Sverige og Danmark kan også ha andre lokale avgifter som Norge ikke har. Ett eksempel er te i Danmark, som har en avgift på DKK 6,25 pr kg. Ut fra søk på [www.skatteverket.se](http://www.skatteverket.se) (11. juni 2010) kan vi ikke se at der er punktskatter på noen av de produktene vi har med i vårt vareutvalg.

#### **Toll**

Det er ellers toll på mange av matvarene som importeres til Norge. Det har imidlertid vist seg vanskelig å få tilgang til hva de ulike importørene betaler i toll. Noen importører har gitt informasjon om hva de betaler i toll, mens andre anser det som intern informasjon som de ikke ønsker skal offentliggjøres. Vi kjenner kun tollene på noen av disse produktene, og vi har derfor besluttet at vi unntaksvis tar hensyn til tollene. Generelt sett vil vi utelate korrigeringen for toll av hensyn til importørene. Det ville da komme frem hvem vi ikke har fått tollsats fra, noe vi ikke ønsker å offentliggjøre.

Tollsatsene beregnes etter prosentvis innhold av de råvarer som er tollbelagt. I Tolltariffen er det kun oppgitt maksimumssatser for en rekke av varene, eller at det står at det ikke er toll. Det er Statens Landbruksforvaltning som utarbeider tollsatsene ut fra hensynet til norsk landbruk. Det er ikke toll på produkter som importeres til Sverige og Danmark fra andre EU-land.

Det kan også være avgifter på emballasje av glass i form av frivillige vederlag for gjenvinning. Disse er i så fall så små at de ikke har konkurransevridende effekt.

I tillegg er det en Forskningsavgift og en Matproduksjonsavgift på en rekke næringsmiddelprodukter. Noen ganger er det bare Forskningsavgift, noen ganger bare Næringsmiddelavgift og andre ganger begge deler. Procentsatsene av disse avgiftene varierer. Forskningsavgiften ligger stort sett på 0,25 % i 2010, mens Matproduksjonsavgiften var stort sett på 0,71 % eller

1,14 % (Tolltariffen 2010). På importerte næringsmiddelprodukter beregnes disse avgiftene av tolldeklarasjonene som er en cif-verdi. På norske produkter beregnes disse av pris fra produsent til grossist, etter fratrukk fra evt. pakkeomkostninger. Disse avgiftene har vi heller ikke tatt hensyn til i våre beregninger ettersom de er problematisk for oss å beregne og de vil uansett utgjøre en svært liten andel av prisen.

Når vi ikke tar hensyn til toll på importerte matvarer betyr dette at vi mangler informasjon om hva som kan forklare noe av evt. prisdifferanser mellom Norge og hhv Sverige og Danmark. Som nevnt har altså ikke Sverige og Danmark toll på produkter som er produsert i EU-land. Dersom tollen er liten, har ikke dette stor betydning som forklaringsvariabel til prisdifferanser. Er tollene derimot høye, samt at andre avgifter også er til stede, kan dette ha stor betydning. Vi har laget fire tenkte eksempler på hvordan dette kan slå ut ved sammenligning mellom Norge og Sverige, og der forskjellen er stor i utgangspunktet. Vare X med liten toll, vare Y med middels toll, vare Z med høy toll og et sjokoladeprodukt som også har sjokoladeavgift. Alle fire har en antatt tollverdi på 10 kroner. Disse eksemplene er vist i VEDLEGG 1 – tabell 1 til tabell 4.

Da vi valgte et sjokoladeprodukt med høy toll som eksempel, ble den opprinnelige prisforskjellen som var 40 prosent lavere i Sverige enn i Norge snudd til at den var nesten dobbelt så dyr i Sverige som i Norge da vi kontrollerte for toll. Sjokoladeavgift kan vi derimot beregne. For sjokoladeproduktene vil vi derfor korrigere for denne avgiften, både i Norge og Danmark.

Det er imidlertid tankevekkende at hva man betaler i toll er så lite tilgjengelig for offentligheten. Vi er altså avhengig av den enkelte importørs velvillighet for å få kjennskap til hvilken toll som betales. Samme forhold gjelder også både i Sverige og Danmark. Dette er altså en praksis som bidrar til at prissettingen på produkter blir lite transparent.

I VEDLEGG 1 – tabell 5 er det en oversikt over ulike avgifter i de ulike land.

Generelt ser det ikke ut som det er toll på næringsmidler som ikke omfattes av landbruksprodukter i verken Sverige eller Danmark.

#### 2.4.2 Ulikt kostnadsnivå

Ulikt kostnadsnivå kan også bidra til å forklare evt. prisforskjeller. Dette kan være distribusjonskostnader, ulikt lønnsnivå, etc.

#### **Distribusjonskostnader**

Evt. prisforskjeller der Norge kommer dårligere ut enn de andre landene, kan også forklares ut fra forskjeller i frakt. For eksempel er vinteren hardere i Norge enn i både Sverige og Danmark. Dette kan gjøre kjøreforholdene vanskeligere og mer tidkrevende enn i de andre to landene. Det er lengre og dyrere å frakte varer til Norge enn til Danmark og Sverige. Det er lengre både til grensen, og i tillegg er Norge et langstrakt land med spredd bosetting.

Norge betraktes gjerne som en utkantpost i Europa. Når varene fraktes til Norge på biler, kjører de gjerne tomme tilbake. Men det må betales for begge veier. Vi har liten eksport til andre land som kunne vært med på tilbaketuren. Fisk, som vi eksporterer en del av, fraktes f.eks. i egne spesialbiler. For Norge blir således ”retningsbalansen” feil sammenlignet med andre land i Europa,

De lange avstandene i Norge gjør også at hviletiden for sjåførene blir annerledes enn lenger sør, der en på kort tid kommer dit en skal, og mens det lastes, hviler sjåførene. Dette er også

et fordyrende ledd i Norge fordi sjåførene må hvile underveis, og kjøretiden blir mindre effektiv. De lange avstandene i Norge gjør også at man må ha lagre for å være leveringsdyktige. Dette er man i mindre grad avhengig av i land med kortere avstander for leveringene, f.eks. i Danmark.

Dessuten er avgiftspolitikken i Norge også spesiell i forhold til kjøretøy, drivstoff, veiavgifter, årsavgifter etc. Avgifter i Norge på kjøp av lastebiler er høye. Bomring avgifter er også høye i Norge. Det er ikke uvanlig med bomringer i andre land i Europa, men det sies at de er høyere i Norge.

Det er derfor grunn til å tro at disse spesielle forholdene omkring fraktutgiftene i Norge vil være fordyrende for det enkelte produkt som importeres og/eller fraktes rundt i Norge. Disse forholdene er annerledes i Sverige hvor befolkningen er mer konsentrert enn i Norge, og spesielt Danmark som er et lite land. Disse forholdene kan også være med på å forklare noe av evt. prisforskjeller vi måtte finne i Norges disfavør.

### Lønnsnivå og kapasitetsutnyttelse

Norge er et høykostland på mange måter. For eksempel er lønnsnivået i Norge relativt høyt. Det har vært vanskelig å finne sammenlignbare tall på lønnsnivået i hhv Norge, Sverige og Danmark. Vi har derfor benyttet oss av data fra UBS som årlige presenterer data om priser og lønninger i 73 byer rundt omkring i verden (UBS 2009).

Tabell 2-4 Enkelte levekårsindikatorer 2009

	Oslo	Stockholm	København
Nettolønnsindeks	83,8	71,0	93,5
Bruttolønnsindeks	93,4	74,5	125,5
”Domestic purchasing power” Årlig netto inntekt - indeks (netto inntekt dividert med kostnadene til en varekurv)	66,8	74,4	73,1
Big Mac - arbeidstid for å kjøpe	21 min	20 min	17 min
1 kg brød - arbeidstid for å kjøpe	15 min	25 min	12 min
1 kg ris – arbeidstid for å kjøpe	12 min	17 min	11 min

Ved indekser er New York = 100. Nettolønnsindeks er effektiv timelønn for 14 yrkesgrupper, etter fratrukk av skatt og ”social security”

Det er mange metodiske betenkeligheter med å bruke slik statistikk, men de kan kanskje indikere noe. Disse målene peker imidlertid mer i retning av at København har et høyere velferdsnivå enn Oslo, mens Oslo har høyere enn Stockholm når det gjelder lønninger. Både Stockholm og København har høyere kjøpekraftsparitet enn Oslo (de får mer for pengene), mens København arbeider man kortere tid for å kjøpe en Big Mac, 1 kg brød og 1 kg ris enn sammenlignet med Oslo, mens Stockholm arbeider lengst for å kjøpe brød og ris. Det er derfor ikke uten videre gitt at lønnsnivået er høyere i Norge enn Danmark.

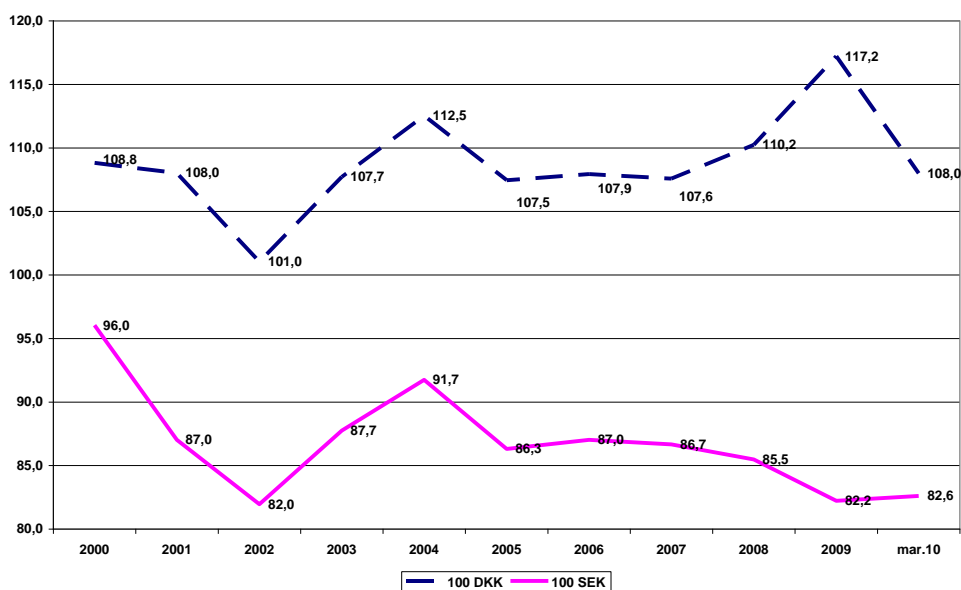
Andre forhold som kan virke fordyrende i Norge er ulike kapasitetsutnyttelse. For eksempel har Norge flere butikker i forhold til befolkningen enn både Sverige og Danmark. I 2009 hadde Norge 0,83 butikker pr 1000 innbyggere, Sverige 0,46 og Danmark 0,54. Dette gjør at Norge ikke har de samme stordriftsfordelene som andre land har. Når også mange av de små butikkene rundt omkring i landet også holder lenge åpent (Lavik 2001), har dette også en kostnadsside.

### 2.4.3 Valuta

Et viktig spørsmål er om endringer i valutaenes styrkeforhold mellom land slår ut i prisen for importerte varer. Som vi så av prissammenligningene i 2002, var det en rekke produkter som hadde likelydende priser oppgitt i NOK og SEK (Dulsrud og Lavik 2003). Dette kunne bety at forskjellene i pris for importerte varer mellom Norge og Sverige er følsomme for endringer i valutaen. Dersom den norske kronen over en lengre tid har styrket seg i forhold til eksportlandenes valuta, skulle man fra forbrukerhold forvente lavere priser på importerte varer. I sammenligning mellom kursen på norsk, dansk og svensk krone over de siste 10 år (figur 2-1) viser en svekkelse av svensk krone i forhold til den norske (med unntak av 2004). Tilsvarende utvikling har det vært for DKK i forhold til NOK, men fra 2008 har SEK blitt svekket i forhold til NOK, mens DKK er blitt styrket. Jo mer konkurranseutsatte markedene er, jo raskere vil endringer i kronekursen virke inn på prisene. I andre bransjer har vi registrert at kronekursen har virket til å redusere prisene, som for eksempel reiselivsbransjen. Et spørsmål for framtiden er om vi vil kunne registrere en tilsvarende endring for de importerte merkevarene når det gjelder dagligvaremarkedet.

Valutakursutviklingen kan ha betydning for prisforskjeller mellom land. Dersom den norske kronen styrker seg i forhold til valutaen hos våre handelspartnere, skal det i prinsippet bli billigere å importere varen. I utgangspunktet bør denne fordelingen komme forbrukeren til gode i form av lavere priser. Dersom dette ikke skjer, vil det finnes ledd i kjeden som tjener på en sterkere kronekurs. Forbrukerrådet har gjentatte ganger tatt opp slike saker, bl.a. når bensinprisene i Norge ikke reflekterer fallet i dollarkursen.

I det virkelige liv vil ikke prisene for importerte varer i Norge følge endringer i valutakursene automatisk. De fleste selgerne i et distribusjonssystem ønsker å opprettholde stabile priser. Med fluktuerende valuta på kort sikt vil importører noen ganger tjene og andre ganger tape på valutaforskjellene. På den annen side forventes det at et betydelig fall i handelspartnernes valuta over lang tid, bør resultere i en reduksjon av prisene til norske forbrukere. At aktørene holder tilbake prisreduksjoner kunne være en indikasjon på mangelfull konkurranse på ett eller flere ledd. På den andre siden kan det ved mindre prisendringer være rasjonelt å ikke endre prisene da dette også har en omkostning ved seg. I den følgende figur vises forskjeller i valutautviklingen av 100 SEK og 100 DKK mot NOK.

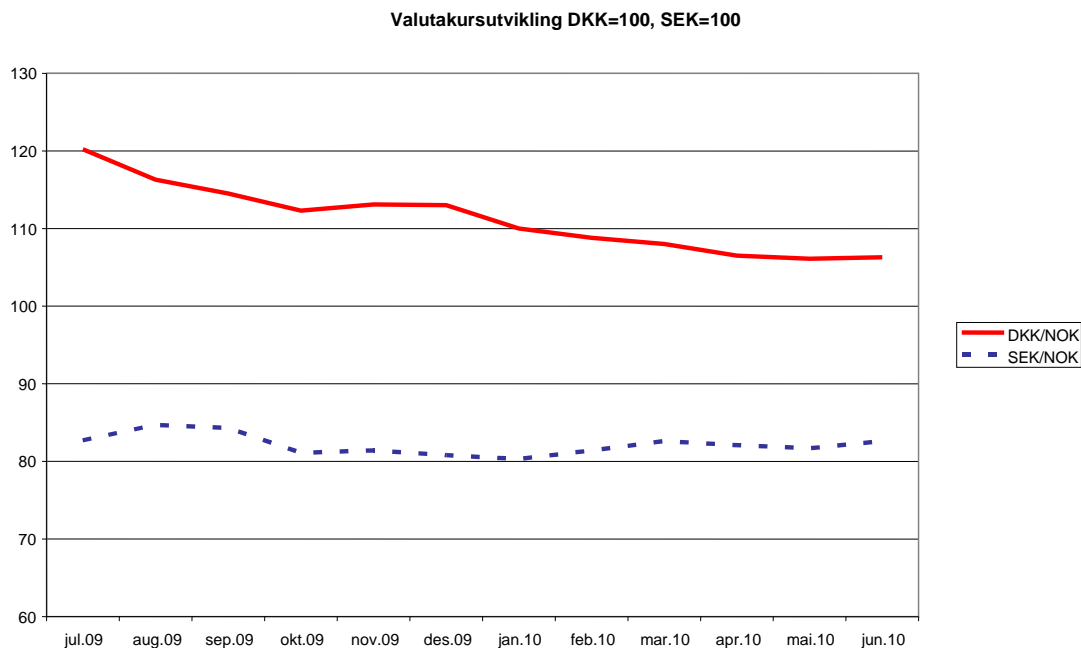


Figur 2-2: Valutakursutvikling av SEK og DKK i forhold til NO i en tiårsperiode. SEK=100, DKK=100.

Valutaen er beregnet for gjennomsnittet av dagene i mars 2010. For Sverige var dette NOK 82,61 for 100 SEK. For Danmark var dette NOK 108,00 for 100 DKK.

Datainnhentingene gjelder for hele mars 2010.

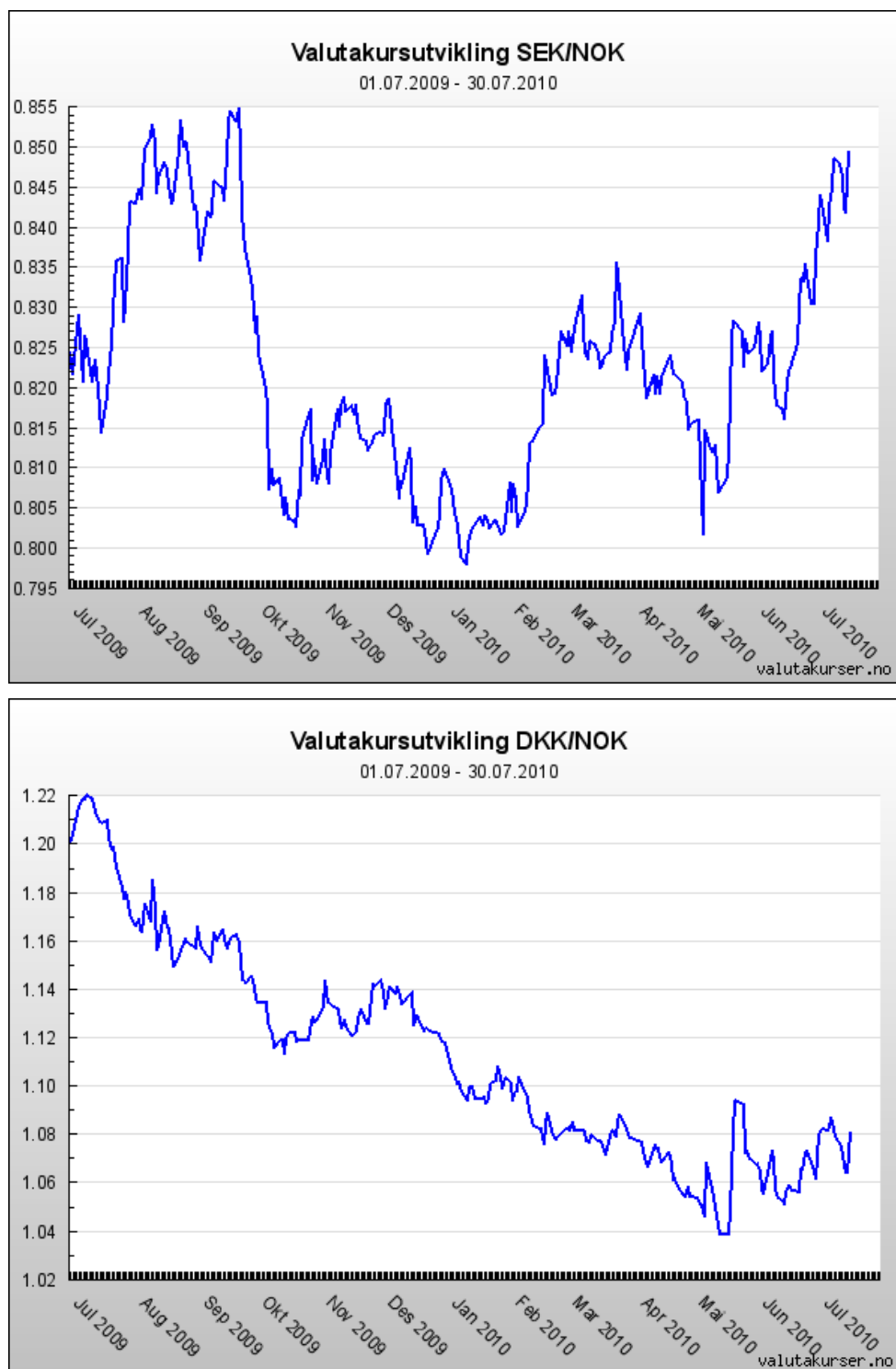
Valutaen kan være en viktig forklaringsfaktor av prisforskjeller. Valutaen svinger også en del. Det er ikke rimelig at pris i butikk svinger i takt med valutakursene. Valg av kursperiode vi gjorde kan dermed bidra til at det blir litt tilfeldig hvor store prisforskjeller vi finner.



**Figur 2-3 Valutakursutvikling månedlig over ett år. Kilde: [www.Norges-bank.no](http://www.Norges-bank.no) (lesedato: 19. juli 2010)**

Vi ser av disse figurene både over og under at NOK i forhold til svensk valuta er langt under 100, mens DKK ligger noe over NOK. DKK har imidlertid svingt ganske sterkt på dette året, med 120 NOK for 100 DKK i juli 2009 til for eksempel 106,1 i mai 2010. Den norske kronen i forhold til den svenske har ligget jevnt over ca. 15 til 20 prosent lavere ("billigere"), dvs. en sterk NOK i forhold til SEK. Hvis NOK styrkes i forhold til SEK, blir varer kjøpt i Sverige billigere for nordmenn. Når NOK er høyere enn DKK, blir varer kjøpt i Danmark dyrere for nordmenn.





Figur 2-4 Valutakursutvikling i perioden juli 2009 til juni 2010. Daglig. Kilde: [www.valutakurser.no](http://www.valutakurser.no) lese-dato 19.07.2010

Tilfeldige kursvariasjoner er viktig å huske på når vi regner om prisene til NOK. Det er relativt store svingninger i valutakursene over kort tid, mens pris i butikk ikke vil svinge i tilsvarende grad. Valg av kursperiode i sammenligning mellom Norge og Sverige, og Norge og Danmark kan derfor forklare noe av evt. prisforskjeller. Dessuten er sannsynligvis en del av varene kjøpt inn en god stund før prisene ble registrert i butikk. Da kan valutaen ha vært en helt annen.

Til slutt kan vi også nevne at dagens valutakursutvikling har vært slik at NOK er sterkere enn SEK, men svakere enn DKK. Dersom et produkt selges til både Norge, Sverige og Danmark til samme pris og valuta, for eksempel Euro, og vi forutsetter alt annet likt (samme kostnader i alle tre land), skulle de norske prisene vært lavere enn de svenske, men høyere enn de danske prisene. Dette har vi sett en del tilfeller av når det gjelder klær, og hvor sluttprisen til forbruker er bestemt av en kjede. Vi tror imidlertid ikke dette vil være i tråd med de funn vi kommer til å finne.

## 3 Prisforskjeller mellom Norge, Sverige og Danmark

I dette kapittelet vil vi se på gjennomsnittlig prisdifferanse mellom Norge, Sverige og Danmark målt i prosent. Sammenligningsgrunlaget er Norge så hvis prisen er lavere i Sverige enn i Norge, vil prosenten bli negativ, dvs. si at varen er så og så mange prosent billigere i Sverige enn i Norge.

### 3.1 Næringsmidler

Den første kolonnen i neste tabell viser prisforskjellene mellom Sverige og Norge slik de vil fremstå for forbrukerne i eget lands valuta. De neste kolonnene er prisene omregnet til norske kroner (NOK). Til slutt kommer kolonnene der prisene er korrigert for både valuta og mva. Produktene med særavgifter vil også bli vist som egne tabeller. Selve prisene som beregningene er utført på i neste tabell, finnes i VEDLEGG 2, tabellene 6 til tabell 8.

Tabell 3-1 Merkevarer - næringsmidler, sammenligning mellom Norge, Sverige og Danmark. Norge=100. NOK. Nielsen Scannerdata mars 2010. Inkl mva og andre avgifter og i egen valuta, inkl mva i NOK, ekskl mva i NOK.

	Sverige			Danmark		
	Prosent lavere/høyere i Sverige enn i Norge			Prosent lavere/høyere i Danmark enn i Norge		
	NOK og SEK	NOK	NOK	NOK og DKK	NOK	NOK
	Inkl mva	Inkl mva	ekskl mva 14% NO, 12% SE	Inkl mva	Inkl mva	ekskl mva 14% NO, 25% DK
TWINING EARL GREY 50BG, 100 GR	-8	-24	-22	24	34	22
TWINING EARL GREY, 200 GR	7	-12	-10	18	28	17
LIPTON YELLOW LABEL 20BG, 40 GR	8	-10	-9	68	81	65
KIKKOMAN SOYASAUS, 150 ML	4	-14	-12	-9	-1	-10
YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE, 500 ML	-8	-24	-22	-30	-24	-31
NESTLE FITNESS, 375 GR	-16	-31	-29	-41	-36	-42
NESTLE FITNESS HASSELNØTT, 375 GR	-7	-24	-22	-14	-8	-16
NESTLE CHEERIOS, 375 GR	-8	-24	-23	-13	-6	-14
KELLOGGS CORN FLAKES, 375 GR	-8	-24	-23	-42	-37	-42
KELLOGGS ALL BRAN REGULAR, 500 GR	-2	-19	-18	-4	3	-6
SUN MAID ROSINER, 500 GR	14	-6	-4	12	21	10
<b>Prosent gjennomsnitt for varer uten toll</b>	<b>-3</b>	<b>-20</b>	<b>-19</b>	<b>-10</b>	<b>-3</b>	<b>-11</b>
MF SNICKERS 2-PK, 80 GR	-29	-41	-40	-20	-13	-21
MF SNICKERS SINGLE, 57 GR	-36	-47	-46	-28	-23	-29
KINDER MAXI T1, 21 GR	-28	-41	-40	-21	-14	-22
KINDEREGG SURPRISE T3, 60 GR	-10	-26	-24	-23	-17	-24
<b>A.BERG MARSIPANBRØD 5PK, 125 GR</b>	<b>-31</b>	<b>-43</b>	<b>-42</b>	<b>-29</b>	<b>-23</b>	<b>-30</b>
<b>ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM, 230 GR</b>	<b>-30</b>	<b>-42</b>	<b>-41</b>	<b>9</b>	<b>17</b>	<b>7</b>
<b>SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE, 190 GR</b>	<b>-17</b>	<b>-32</b>	<b>-31</b>	<b>-30</b>	<b>-24</b>	<b>-31</b>
<b>Prosent gjennomsnitt for sjokolade</b>	<b>-26</b>	<b>-39</b>	<b>-38</b>	<b>-20</b>	<b>-14</b>	<b>-21</b>

	Sverige			Danmark		
	Prosent lavere/høyere i Sverige enn i Norge			Prosent lavere/høyere i Danmark enn i Norge		
	NOK og SEK	NOK	NOK	NOK og DKK	NOK	NOK
	Inkl mva	Inkl mva	ekskl mva 14% NO, 12% SE	Inkl mva	Inkl mva	ekskl mva 14% NO, 25% DK
O'BOY BOKS, 450 GR	-9	-25	-24	-13	-6	-14
BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN, 500 GR	-23	-36	-35	-12	-5	-14
DOLMIO CLASSICO, 500 GR	21	0	2	1	9	-1
U.B. CHINESE SWEET&SOUR, 500 GR	18	-3	-1	1	9	-1
TABASCO PEPPER SAUCE, 57 ML	19	-2	0	-11	-3	-12
DR.OETKER RISTORANTE MOZZARELLA, 325 GR	-4	-21	-19	-25	-19	-26
TULIP DANSK SALAMI SKIVET, 250 GR	-6	-22	-21	-47	-43	-48
KNORR HØNSEBULJONG TERNING, 6 L	4	-14	-13	-5	3	-6
KNORR GRØNNSAKSBULJONG TERNING, 6 L	10	-9	-7	3	12	2
<b>Prosent gjennomsnitt av varer med toll</b>	<b>-9</b>	<b>-25</b>	<b>-24</b>	<b>-13</b>	<b>-6</b>	<b>-14</b>
<b>Prosent gjennomsnitt samtlige varer</b>	<b>-7</b>	<b>-23</b>	<b>-22</b>	<b>-13</b>	<b>-6</b>	<b>-15</b>

Lipton te ble fjernet fra disse gjennomsnittsberegningene fordi det var det eneste produktet som skilte seg ut med en ekstrem forskjell mellom Norge og Danmark, hele 65 prosent dyrere i Danmark enn Norge etter at vi korrigerer for valuta og mva. En slik såkalt "utligger" påvirker gjennomsnittsberegningene, spesielt når vi ikke har så mange enheter med.

Ellers er det slik at de 11 første produktene som er skravert med lys gul ikke har toll til Norge. Skravert med lys turkis skrift er sjokoladeprodukter og har sjokoladeavgift både i Norge og Danmark (produktene 12 til 16). Fet blå skrift er produktet produsert i Sverige, og fet rød skrift er produsert i Danmark.

## Valuta

Når vi ser på prisforskjellene i egen valuta, er de relativt små for mange av produktene. Dette kan tyde på at det er samme pris i NOK, SEK og DKK på produkter som importeres fra andre land utenom Norge, Sverige og Danmark. Hvilken valuta avtalene inngås vet vi imidlertid ikke. For produkter som var produsert i hhv Sverige og Danmark, var det imidlertid relativt

store forskjeller når prisene ble målt i landets valuta, og som ble større mellom Norge og Sverige og mindre mellom Norge og Danmark når vi kontrollerte for valuta. Vi fant ingen næringsmidler som var produsert i Norge og som ble solgt i alle tre land.

Når vi korrigerer for valutakursene, økte prisforskjellene mye mellom Norge og Sverige, men ble redusert mellom Norge og Danmark. Dette er rimelig ettersom den norske kronen var sterk i forhold til den svenske i mars 2010, mens den danske kronen var sterkere enn den norske i samme tidsrom.

### **MVA**

Når vi også korrigerer for mva, som er 14 % i Norge, 12 % i Sverige og 25 % i Danmark, endrer det gjennomsnittlige prisforskjellene seg lite mellom Norge og Sverige, mens forskjellene mellom Norge og Danmark øker relativt mye. Den høye merverdiavgiften på næringsmidler i Danmark forklarer en del av at prisforskjellene er mindre mellom Norge og Danmark enn mellom Norge og Sverige.

### **Produkter uten toll**

Produktene som ikke har toll til Norge var mellom 4 og 29 prosent lavere i pris i Sverige enn i Norge når vi kontrollerer for valuta og MVA. Det vil si at mye av prisforskjellene kan forklares ved sterk norsk krone, som i mars 2010 var ca. 19 prosent "billigere" enn den svenske. Forskjellen i mva mellom Norge og Sverige forklarer lite da det kun er 2 prosentpoengs forskjell. Mellom Norge og Danmark er der imidlertid noen store prisforskjeller på enkelte av produktene som ikke hadde toll i Norge, men noen ganger lavere priser og noen ganger høyere.

Først og fremst er te vesentlig dyrere i Danmark enn i Norge, også når vi har kontrollert for MVA som er mye høyere i Danmark enn i Norge. I Danmark har te en punkt-avgift på DKK 6,25 pr kg. Kontrollerer vi for denne avgiften, blir prisene på Twining Earl grey 50 bg, 100 gr 20 prosent høyere enn i Norge, mens den inkl. denne avgiften var 22 prosent høyere. Tilsvarende ble Twining Earl Grey, 200 gr 12 prosent dyrere i Danmark enn Norge, mens den inkl. denne avgiften var 17 prosent dyrere. De høye prisene på te i Danmark sammenlignet med de andre landene, kan også skyldes at disse produktene hadde svært liten distribusjon i Danmark og derfor lite volum.

Motsatt skilte enkelte av produkter uten toll i Norge seg ut ved å være vesentlig billigere i Danmark enn i Norge. Dette gjaldt f.eks. Ybarra økologisk olje, Nestle fitness hasselnøtt 375 gr, og Kelloggs Corn Flakes 375 g. Disse var mellom 30 og vel 40 prosent billigere i Danmark enn i Norge. Disse tre produktene hadde også liten distribusjon i Danmark, slik at liten distribusjon ikke kan forklare direkte hvorfor noen produkter er dyrere i Danmark enn Norge og noen er svært mye billigere. 10 av produktene som ikke har toll til Norge er produsert i EU-land slik at verken Sverige eller Danmark har toll på disse (unntak er Sun Maid Rosiner som er produsert i USA). Vi vet imidlertid ikke i hvilken grad importørene betaler ulike priser for disse varene i hhv. Norge, Sverige og Danmark.

### **Produkter med toll til Norge som ikke er produsert i hhv Norge, Sverige eller Danmark**

Noen produkter har visse prisforskjeller. Dette gjelder Barilla Pennette Rigate Fullkorn, 500 gr, som er 36 prosent billigere i Sverige enn i Norge (kontrollert for valuta) og 35 prosent lavere når vi kontrollerer for mva. Tollen på dette produktet er kr 1,39 pr kg, og det betales også noen andre avgifter. Tollen og avgiftene vil i liten grad bidra til at forskjellene mellom Sverige og Norge blir mindre, ca. 2-3 prosentpoeng. Forskjellen mellom Norge og Danmark er imidlertid mye mindre for dette produktet enn forskjellen mellom Norge og Sverige.

### **Produkter produsert i Sverige og Danmark**

For produkter som er produsert i Sverige er prisforskjellene mellom Norge og Sverige ganske store. St. Maria tacosaus er 42 prosent billigere i Sverige enn i Norge, mens Saetre Ballerina er 32 prosent billigere i Sverige enn i Norge (korrigert for valuta). At produkter som er produsert i Sverige er rimeligere enn i Norge kan ha naturlige forklaringer. Begge disse produktene er tollbelagt i Norge, og transportkostnadene vil også være større i Norge enn i Sverige. Vi vet imidlertid ikke om dette sammen med valutaforskjeller og merverdiavgiftsforskjeller kan forklare hele forskjellen. Spesielt gjelder dette produktet St. Maria Tacosaus som var 30 prosent lavere i Sverige enn i Norge målt i landenes egen valuta, 42 prosent lavere når vi kontrollerte for valuta, og 41 prosent lavere når vi også kontrollerte for merverdiavgiften.

Produkt som er produsert i Danmark er Anton Berg også mye dyrere i Norge enn i Danmark. Dette produktet har sjokoladeavgift både i Norge og Danmark. Også Tulip Dansk Salami er mye dyrere i Norge enn i Danmark. Noe av prisforskjellene for Anton Berg og Tulip Dansk Salami kan skyldes tollavgifter i Norge. Når det gjelder Tulip Dansk Salami er denne basert på ordningen "aktiv bearbeiding". Dette betyr at norske landbruksvarer (råvarer) sendes ut av Norge for bearbeiding. Deretter importeres ferdigvaren. Ordningen utløser ikke ordinær toll, men man betaler toll på evt. råvarer som er tilført i utlandet. Imidlertid har norske råvarer høye priser nettopp fordi de er beskyttet av toll på importerte varer, og det er dette som nok mest forklarer de store prisforskjellene. Når det gjelder distribusjonsgraden er den høy i Norge for dette produktet, men liten i Danmark. Høy eller lav distribusjonsgrad gir heller ikke for disse produktene grunnlag for å forklare hvorfor prisene er mye høyere i Norge enn Danmark.

### **Produkter med særavgifter**

Noen produkter har særavgifter som eksempel sjokoladeavgift. For disse er prisforskjellene jevnt over store. Beregningsgrunnlaget finnes i Vedlegg 2 – tabell 9.

Tabell 3-2 Sjokolade. Korrigert for mva og valuta, og korrigert for mva, valuta og sjokoladeavgift<sup>2</sup>

sjokolade	Korrigert for mva og valuta		Korrigert for mva, valuta og sjokoladeavgift	
	Prosent lavere/høyere i SE enn NO	Prosent lavere/høyere i DK enn i NO	Prosent lavere/høyere i SE enn NO	Prosent lavere/høyere i DK enn NO
MF SNICKERS 2-PK,80 GR	-40	-21	-32	-25
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	-46	-29	-39	-35
KINDER MAXI T1,21 GR	-40	-22	-34	-25
KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	-24	-24	-20	-26
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	-42	-30	-34	-35
<b>Prosentvis gj.sn forskjell</b>	<b>-38</b>	<b>-25</b>	<b>-32</b>	<b>-29</b>

For sjokoladeproduktene har vi derfor korrigert for sjokoladeavgift. Ved korreksjon for mva og valuta er prisforskjellene mellom hhv Norge/Sverige og Norge/Danmark ganske høye. Når vi korrigerer for sjokoladeavgiften, reduseres gjennomsnittlig prisforskjell mellom Norge og Sverige (fra -38 til -32), mens forskjellen øker mellom Norge og Danmark (fra 25 til 29 gjennomsnittlig prosent lavere). Sjokoladeavgiften er høyere i Danmark enn Norge målt i NOK.

De fleste sjokoladeproduktene er vesentlig billigere i både Sverige og Danmark enn Norge. Vi kjenner imidlertid ikke tollsatsene til disse produktene. Maks tollsats for disse produktene er 7,69 kr pr kg (toll.no; Tolltariffen). Selv med maks satser vil for eksempel tollsatsen for Snickers 57 gr være ca. 44 øre. Dette betyr at ved å korrigere for denne tollsatsen, vil dette produktet bli 35 prosent lavere i Sverige enn Norge (fra 39 prosent lavere i Sverige enn i Norge etter korreksjon for valuta, mva og sjokoladeavgift).

Det er altså en del av prisforskjellene som ikke lar seg forklare av toll og avgifter. Om dette har med ulike innkjøpspris til leverandør å gjøre, eller om avansen i Norge er høyere enn i Sverige og Danmark hos leverandør og eller butikk, vet vi ikke. Til slutt må det nevnes at hard-discount-butikker i Danmark ikke er med i prisene fra Danmark. Hadde disse vært med kunne det tenkes at prisene i Danmark hadde blitt noe lavere. Hard-discount har som nevnt en markedsandel i Danmark på ca. 5 prosent.

2

	NOK sjokoladeavgift Norge	NOK sjokoladeavgift DK
MF SNICKERS 2-PK,80 GR	-1,41	1,53
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	-1,00	1,09
KINDER MAXI T1,21 GR	-0,37	0,40
KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	1,06	1,15
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	-2,20	-2,40



### 3.2 ”Non-food”

For denne produktgruppen behøver vi ikke ta hensyn til mva da den er lik i alle tre land. Ifølge Tolltariffen kan vi heller ikke se at noen av disse produktene er tollpliktige. Beregningsgrunnlaget finnes VEDLEGG 2, tabell 10 og tabell 11.

**Tabell 3-3 Prisforskjeller målt i landets egen valuta, og korrigert for valuta**

	Sverige			Danmark	
	Prosent høyere/lavere pris i Sverige enn Norge			Prosent høyere/lavere pris i Danmark enn Norge	
	NOK/SEK	NOK		NOK/DKK	NOK
	inkl mva	inkl mva		inkl mva	inkl mva
JORDAN CLEAN BETWEEN MEDIUM,	-6	-23		-16	-9
LISTERINE FLUORIDE MUNNVANN,500 ML	-16	-31		-23	-16
EL'VITAL SHAMPOO ANTI-BREAKAGE,250 ML	-10	-25		-39	-35
HEAD&SHOULDERS CLASSIC CLEAN,250 ML	-2	-19		-26	-20
WELLA SHAMPOO NORMALT HÅR,300 ML	-40	-51		-42	-37
LIBRESSE TRUSEINNLEGG NORMAL,32 STK	-17	-32		-30	-24
O.B. SUPER PLUS,16 STK	-7	-23		-7	1
GILL.MACH3,5 STK	31	9		26	36
GILL.MACH3 TURBO,5 STK	8	-11		5	13
GILL.VENUS EMBRACE BLADER,3 STK	-4	-21		-4	4
GILL.VENUS EMBRACE HØVEL,	0	-17		-25	-19
<b>Prosent gjennomsnitt</b>	<b>-6</b>	<b>-22</b>		<b>-16</b>	<b>-10</b>

Når vi sammenligner prisene omregnet til NOK, blir prisforskjellene markert større mellom Sverige og Norge, mens gjennomsnittlig prisforskjell mellom Danmark og Norge blir mindre. Dette er noenlunde samme bilde som for gruppen næringsmidler. I gruppen non-food har barberblader høyere priser i Danmark enn i Norge. Spesielt gjelder dette Gill.MachH3, 5 stk. Denne produktgruppen har like stor distribusjon i Danmark som i Sverige, men mindre i Norge. At flere produkter er dyrere i Danmark enn i Norge, gjør at gjennomsnittsforskjellene mellom Norge og Danmark ikke blir større. Enkelte shampoo-produkter er imidlertid vesentlig billigere både i Sverige og Danmark enn Norge. F.eks. er Wella shampoo normalt hår, 300 ml. 51 prosent lavere i Sverige enn i Norge (korrigert for valuta), og 37 prosent lavere i Danmark enn i Norge. Dette produktet har også lav distribusjon i Danmark, slik at det ikke alltid er lav distribusjon som bidrar til høye priser. Imidlertid har dette produktet en svært mye større utbredelse i Sverige enn i Norge. Dette kan forklare noe av prisforskjellene mellom Norge og Sverige, at Sverige har et større volum og dermed kan oppnå bedre priser (rabatter).

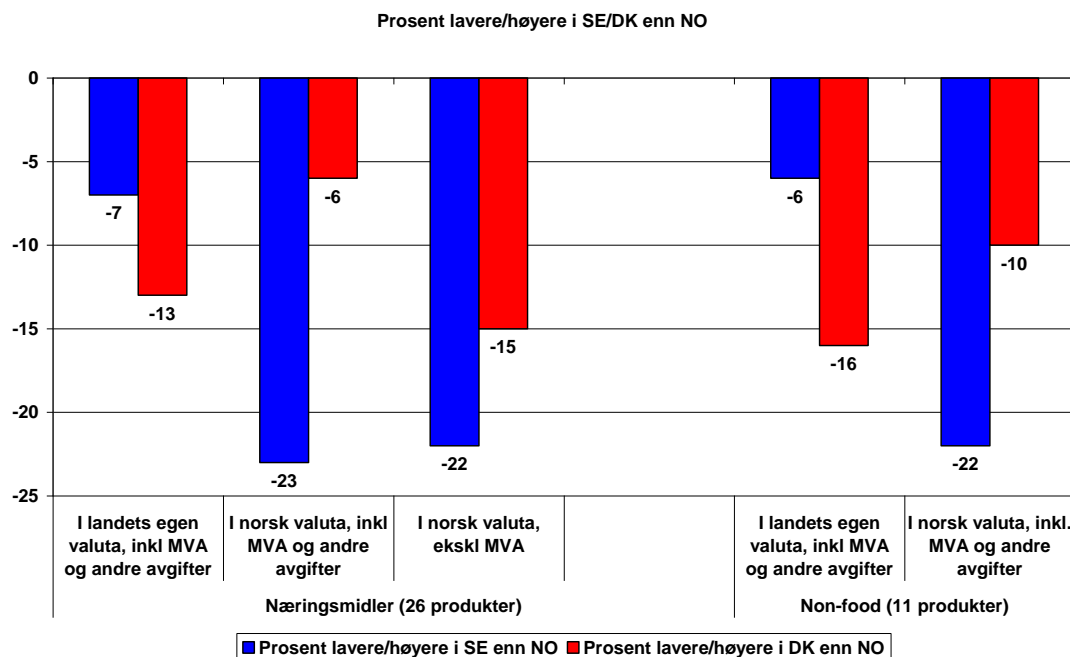
Mye av prisforskjellene forklares av valutaforskjeller. Når prisene er ca. 20 prosent lavere i Sverige enn i Norge, tilsvarer dette noenlunde valutaforskjellene i mars 2010. Når det gjelder Norge og Danmark, reduseres prisforskjellene ved korrigering av valuta. Dessuten, det er

flere tilfeller der produktene er dyrere i Danmark enn Norge, noe som ikke er tilfelle i samme grad som i Sverige.

Prisforskjellene varierer mye fra produkt til produkt. Det er imidlertid ikke noe systematikk i dette bildet, noe som også kan være interessant i seg selv.

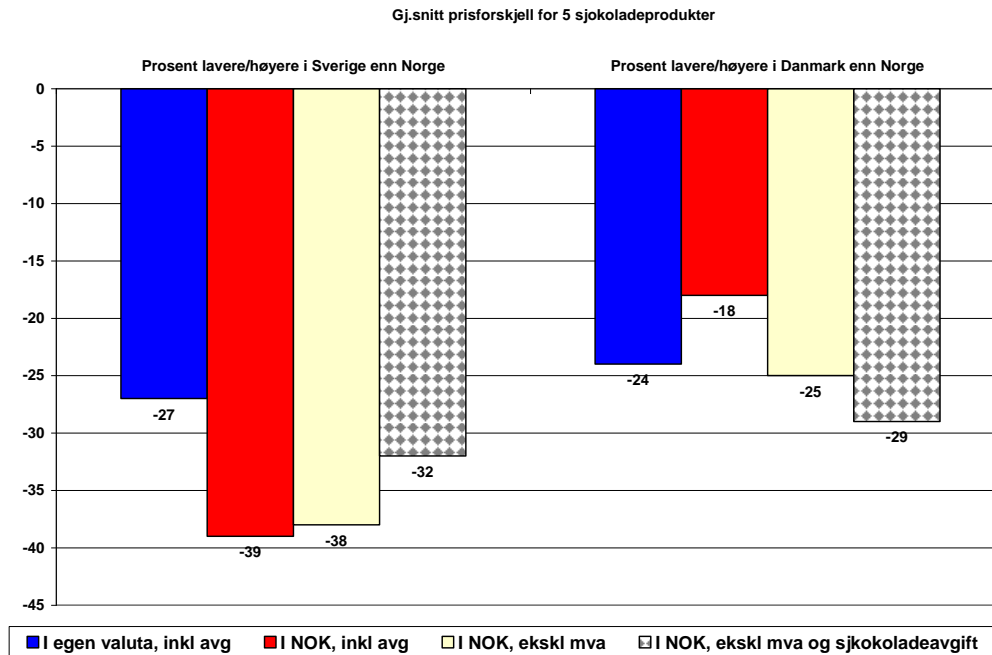
### 3.3 Samlet oversikt for næringsmidler og ”non-food”

For å gi en samlet oversikt over gjennomsnittsforskjellene, vises disse i figuren under.



**Figur 3-1** Gjennomsnittlig prosent lavere/høyere i hhv Sverige og Danmark enn Norge, beregnet i egen valuta, i norsk valuta inkl avgifter og i norsk valuta eks avgifter.

Næringsmiddelproduktene har ikke så store prisforskjeller mellom Norge, Sverige og Danmark i gjennomsnittlig pris når vi benytter oss av landets egen valuta. Når vi regner om til norsk valuta (NOK) blir prisforskjellene vesentlig større mellom Sverige og Norge, mens prisforskjellene mellom Danmark og Norge blir noe mindre. Når vi tar hensyn til MVA blir prisforskjellene større mellom i Danmark og Norge, fordi Danmark har 25 prosent mva på alle produkter, mens i Norge er tilsvarende avgift 14 prosent for næringsmidler. For dagligvarer av såkalt ”non-food” er prisforskjellene fortsatt mindre mellom Danmark og Norge enn hva som var tilfellet mellom Sverige og Norge, men likevel en forskjell som er litt mindre enn hva tilfellet var for næringsmidler.



Figur 3-2 Gjennomsnittlig prosent høyere/lavere prisforskjeller på 5 sjokoladeprodukter i Sverige/Danmark enn Norge ved ulik hensyntaken til valuta, mva og sjokoladeavgift.

Det er svært store prisforskjeller på sjokoladeprodukter mellom Norge og Sverige. Selv etter at vi har korrigert for både valuta, mva og sjokoladeavgift er prisforskjellene store, 32 prosent lavere i Sverige enn i Norge. Det er også store prisforskjeller mellom Norge og Danmark ved de samme korreksjonene, 29 prosent lavere i Danmark enn i Norge. Fordi MVA i Danmark er på 25 prosent, mens den i Norge er på 14 prosent på disse varene, og Danmark har høyere sjokoladeavgift enn Norge, øker prisforskjellene mellom Norge og Danmark etter hvert som vi kontrollerer for disse avgiftene. I Sverige er tendensen motsatt. Her reduseres forskjellene etter hvert som vi kontrollerer for disse avgiftene.



## 4 Prisspredning

I dette kapitlet vil vi se om prisstrukturen er forskjellig i de tre land. Vi ser kun på prisspredning blant de produktene som finnes i alle tre land. I Danmark er ikke "hard discount" butikker inkludert. Dette er butikker som er små og holder svært lave priser. Disse omfatter omtrent 10 prosent av dagligvarebutikkene i Danmark. Dette er butikker av typen Aldi. "Hard discount" butikker har ingen ferskvareidisk av frukt og grønt. Hard-discount har en markedsandel på om lag 5 prosent.

De ulike butikkategoriene er:

Hypermarkeder (over 2500m<sup>2</sup>)

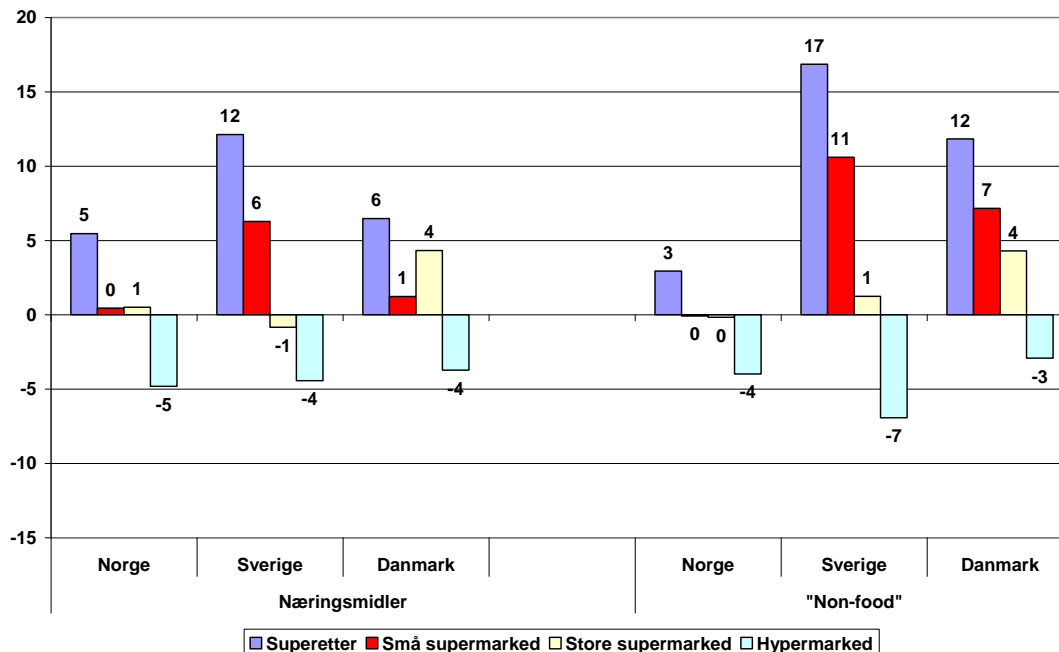
Store Supermarkeder (801-2500m<sup>2</sup>)

Små Supermarkeder (401-800m<sup>2</sup>)

Superetter (100-400m<sup>2</sup>)

Beregningene er gjort ut fra gjennomsnittspris for hver vare i den enkelte butikkategori, og beregnet så hvor stor prosentvis avvik disse har fra den totale gjennomsnittspris på den enkelte vare. Til slutt er det så beregnet et gjennomsnitt av alle disse avvikene, som blir et prosentvis avvik (prosent høyere eller lavere enn gjennomsnittet). Hver gruppe butikktype har like stor betydning. Vi tar altså ikke hensyn til markedsandelene til de ulike butikktypene. Ved beregning av prisspredning tar vi utgangspunkt i sluttpris til forbruker.

Vi kommenterer ikke enkeltvariasjonene, men oppsummerer alt til slutt. Dokumentasjonen for denne delen finnes i VEDLEGG 3, tabellene 12 til 24.



**Figur 4-1 Prosent lavere eller høyre gjennomsnittlig pris beregnet av det totale prisgjennomsnitt**

Ut fra disse beregningene kan det se ut som om prisspredningen er størst i Sverige, både for næringsmidler og "non-food". Det er superrettene som har gjennomsnittlig de høyeste prisene. Dette er gjerne små butikker som ofte befinner seg i områder som ikke er så tett befolket. I Sverige og Danmark har også små supermarkeder høyere pris enn gjennomsnittet, mens i Norge ligger de på gjennomsnittet. Det er i denne gruppen de fleste lavprisbutikker befinner seg i Norge. Gruppen hypermarkeder har gjennomsnittlige de laveste prisene, også for alle tre land.

Det er noe overraskende at hypermarkedene ligger lavest i pris. For å vite om de har lavere priser enn lavprisbutikkene, måtte vi hatt dette som en egen gruppering i disse statistikkene, noe vi ikke har tilgang til. Imidlertid kan det være slik at enkelte hypermarkeder satser mye på pris. Dessuten kan denne type varer som vi har sammenlignet her, vært på tilbud hos hypermarkedene i innhentingperioden, mens den har en fast lav pris hos lavpriskjedene. Hypermarkedene søker også å oppnå store volumer.

## 5 Oppsummering og konklusjon

I denne oppsummeringen vil vi diskutere hva prisforskjellene kan skyldes. Det er imidlertid grunn til å minne om at denne undersøkelsen er beskrivende, og at det har vært vanskelig å trekke frem konkrete grunner til de forskjellene vi har funnet når vi ser bort fra forskjeller i avgifter og valutamessige forhold.

### Prisforskjeller

På næringsmidler som var sammenlignbare i alle tre land var pris ut til forbruker omtrent lik når vi sammenlignet prisene i landets egen valuta. Når vi tok hensyn til effekten av valuta ble prisene vesentlig lavere i Sverige enn Norge (23 prosent lavere), men mellom Norge og Danmark ble prisforskjellene enda mindre (3 prosent lavere). Non-food-produktene var 22 prosent lavere i Sverige enn i Norge, mens de kun var 10 prosent lavere i Danmark enn Norge med korrigering av valutaforskjellene, dvs. alt målt i NOK, men ikke korrigert for noen avgifter. I vårt vareutvalg hadde vi merkevarer som ikke ble omfattet av landbrukspolitikken. Det er ellers grunn til å påpeke at prisforskjellene mellom Norge og Sverige var mer entydige enn forskjellene mellom Norge og Danmark. I sammenligningen mellom Norge og Danmark det også stor spredning i forskjellene i tillegg til at noen varer var dyrere i Danmark enn i Norge.

### Valuta

Det er flere forhold som kan forklare deler av disse prisforskjellene. Valutakursene forklarer deler av forskjellene mellom spesielt Norge og Sverige. Når norsk krone er sterk i forhold til svensk krone, blir prisforskjellene større i Norges disfavør. Motsatt var dette i forhold til Danmark, som hadde en sterkere dansk krone enn norsk krone på det tidspunktet prisene ble registrert (mars 2010). Vi må også huske på at hvilken tidsperiode som valutakursen er registrert kan også ha hatt betydning for resultatet. Valutakursen varierer til tider en del.

### Avgifter

Det neste som forklarer forskjeller er forskjeller i avgifter. MVA forklarer lite av forskjellene mellom Norge og Sverige. MVA forklarer imidlertid en del av forskjellene mellom Norge og Danmark. Når de gjennomsnittlige prisdifferansene mellom Norge og Danmark var relativt små, skyldtes det at Danmark har en høyere MVA på næringsmidler enn både Norge og Sverige. Når vi kontrollerer for MVA blir prisforskjellene mellom Norge og Danmark større.

Særavgifter på enkelte produkter forklarer også noe av forskjellene mellom Norge og Sverige. Både Norge og Danmark har en relativ høy sjokoladeavgift, mens Sverige har ingen slik avgift. Dette fører til større prisforskjeller mellom Norge og Sverige, og til mindre prisforskjeller mellom Norge og Danmark, på disse produktene.

Også andre avgifter kan spille en rolle, men de er ubetydelige. Vi kjenner for eksempel ikke hvor mye forskningsavgiften og matproduksjonsavgiften utgjør i Norge. Vi kjenner prosentene fra Tolltariffen, men den beregnes av tolldeklarasjonsverdien. Den verdien er det kun importør som kjenner til, og er ikke offentlig. Uansett utgjør den en svært liten andel av prispåslaget og har minimal betydning for å forklare store prisdifferenser.

## Toll

Det vi derimot ikke vet nok om er selve tollavgiftene i Norge, og heller ikke i de andre landene, som kan bidra til å forklare forskjellene. Pga. den norske landbrukspolitikken har Norge et importvern og har toll på en rekke matvarer, med spesiell høy toll på landbruksprodukter. Selv om vareutvalget stort sett ikke inneholder slike produkter, var det likevel visse forskjeller på produkter som ikke har toll til Norge, som eksempel te og frokostblandinger. Mange av næringsmiddelproduktene vi har med i undersøkelsen var imidlertid tollbelagt. Noen produkter har en viss toll, mens for noen produkter er toll helt uvesentlig (eks. 4 øre for en boks). Jo høyere toll, jo mer vil den forklare prisdifferenser. Vi vil likevel tro at det kun er i enkelttilfeller at toll forklarer resten av den prisdifferensen som eksisterer etter at vi har tatt hensyn til kjente forhold som valutadifferenser og særavgifter på vårt vareutvalg.

Det er imidlertid et tankekors at det skal være så vanskelig å få tilgang til hvilken toll som betales på de ulike produktene. For å få kjennskap til toll, må altså den enkelte importør kontaktes og må være villig til å oppgi hva de betaler i toll. Samme system gjelder også i Sverige og Danmark. Disse kompliserte systemene gjør at prisdifferensen blir lite transparent etter som vi har små muligheter til å identifisere de ulike påslagene som en pris inneholder.

En del av prisdifferensene er mulig å kvantifisere, men det er også noen residualfaktorer som er vanskelig å kvantifisere.

## Bruttomarginer

Av forhold som det er vanskelig å kvantifisere i prisdifferensene er mye av det som inngår i indirekte kostnader (bruttomarginene). Bruttomarginene kan være høyere i Norge enn i de andre landene både hos importør og detaljist. Hos importørene kan de være høyere i tilfeller der det er forskjellige importører i de ulike land. Det er for øvrig mulig at hvis det er samme importør av internasjonale merkevarer til alle tre landene, kan prisen være lik i alle land i egen valuta. Dette ble understøttet av at prisdifferensene var mye mindre før vi korrigererte for valutaen. Vi har sett eksempler på at i enkelte kleskjeder er prisen NOK 195.00, SEK 195.00, DKK 195.00.

For de internasjonale merkevarene kunne vi tro at innkjøpskostnadene var homogene i Norden, da produksjonskostnadene ikke vil slå ut forskjellige i de tre landene. Dette behøver imidlertid ikke være tilfelle. Det kan for eksempel tenkes at noen utnytter et betalingsvillig norsk marked.

Når prisene er høyere i Norge enn spesielt Sverige på en del produkter etter at vi har tatt hensyn til valuta og ulike avgifter, tyder dette på at bruttomarginene er høyere i Norge på enkelte produkter. Spørsmålet vi da stiller er hvilken bestanddel i bruttomarginene som er høyere. Bruttomarginene består av indirekte kostnader pluss profitt. Er det de indirekte kostnadene som er høyere, er det profitten, eller er det begge deler? Man skal heller ikke se bort fra at marginene også kan være lavere i Norge. Det kan også tenkes at bruttomarginene kan være lavere i Norge på ett eller flere ledd. Forholdet omkring bruttomarginer er vi ikke i stand til å svare på. Vi har pekt på mulige forklaringer til prisdifferensene. Vårt datamateriale er ikke i stand til å forklare dette fullt ut. Det kan også være andre mulige forklaringer som vi ikke har oversikt over. Det må påpekes at vi ikke har funnet klare trender, men heller store forskjeller mellom enkelte produkter som vi ikke klarer å spore tilbake hva som kan forklare dette. For å



få oversikt over dette trengs flere studier som går dypere inn i disse problemfeltene som kan forklare marginene på ulike produkter. Dette er i så fall et krevende felt.

### **Markedsmakt**

Prisene var også høyere i Danmark enn i Sverige. Dette kan forklares ut fra valuta, men kan også skyldes at Sverige har flere innbyggere enn Danmark og derav større markeder. Dette kan gi rabatt ved import. Dessuten kan størrelsen på kjedene ha betydning. En stor kjede kan forhandle frem lavere priser enn mindre kjeder.

### **Konkurransforhold**

Konkurransforholdene i de tre landene kan også være ulik. Dersom vi for eksempel finner bare én importør som selger varen videre til innenlandske grossister eller detaljister, kan dette bidra til å redusere såkalt "intra-store" konkurranse (Sørgard 1998). Fraværet av konkurranse mellom importører kan således bidra til å høyne prisene. En mekanisme som kan bidra til å styrke "intra-store" konkurranse, er såkalt parallellimport. Det vil si at en aktør eller en butikkjede importerer merkevarene direkte fra en utenlandsk leverandør eller distributør uten å gå veien om en nasjonal importør. I et konkurransepolitisk perspektiv anses adgangen til parallellimport som viktig for å hindre at en internasjonal merkevareprodusent skal kunne ta høyere fortjeneste i et land i forhold til et annet. Ideelt sett er parallellimport riset bak speilet for nasjonal overprising (Konkurrenserverket 2002). Trusselen om parallellimport kan bidra til at merkevareleverandøren harmoniserer sine priser fra land til land. Det kan imidlertid synes som om muligheten for parallellimport i liten grad benyttes av norske dagligvaregrupper. Vi kan også nevne at konkurransen på importleddet er også viktig i tillegg til konkurranse i detaljistleddet.

Prisforskjellene vi har funnet er ellers i tråd med konsentrasjonsgraden i de tre landene. Sterkest konsentrasjon hadde Sverige, etterfulgt av Danmark og så Norge. Sterk konsentrasjon kan bidra til lavere priser, slik som for eksempel vi fant i Sverige, etterfulgt av Danmark og Norge med lavest konsentrasjon og høyest pris. Selv om Norge har et stort lavprismarked, kan den store lavprisandelen muligens ha bidratt til at prisforskjellene likevel ikke er større enn de er.

### **Lønns- og distribusjonskostnader**

Det er altså flere forhold som gjør at påslagene kan bli høyere i Norge enn de andre landene. Norge er et høykostland. Blant annet er lønningene høyere enn i andre land i Europa, men ikke uten videre høyere enn i Danmark. Det er også hevdet at Norge er et utkantland i Europa. Norge er et langstrakt land med desentralisert bosetting og til tider hardt klima. Distribusjonskostnadene i Norge vil derfor være høyere enn i andre land. Hvor mye disse forklarer, vet vi ikke. Dessuten er det grunn til å tro at dagligvaredriften i Norge er dyrere enn i de andre landene som kan dra mer nytte av stordriftsfordeler. Som kjent er dagligvarestrukturen i Norge desentralisert sammenlignet med andre land, der vi har flere dagligvarebutikker i forhold til innbyggertallet enn både Sverige og Danmark.

### **Generelle kommentarer**

Til slutt er det viktig å formidle at det kun er store prisforskjeller på enkelte produkter. Jevnt over er ikke prisforskjellene så store mellom spesielt Norge og Sverige som det gis inntrykk av. Det er sterk NOK i forhold til SEK som forklarer mye av forskjellene. Ved den gjennomsnittlige prisforskjellen på 22 prosent lavere i Sverige enn i Norge, vil mesteparten av denne prisforskjellen kunne tilbakespores til valutakursene i de to land fra mars 2010.

Det kan også tenkes at dagligvaremarkedet er forskjellig fra andre markeder, noe som også kunne vært interessant å se nærmere på. For å finne mer ut av spesielt dagligvaremarkedet og prissammenligninger i for eksempel de nordiske land, må man ha data som kan forklare forskjellene. Dette gjelder bl.a. opplysninger om marginer på enkeltprodukter samt opplysninger om toll og avgifter. En slik studie vil imidlertid være svært arbeids- og ressurskrevende.

## Litteratur

Dulsrud, Arne og Randi Lavik: *Sammenligning av priser mellom Norge og Sverige på enkelte merkevarer*. Prosjektnotat nr 1. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning, 2003

Konkurransetilsynet (2009): *Konkurransen i Norge*. URL: [http://www.konkurransetilsynet.no/ImageVault/Images/id\\_1817/ImageVaultHandler.aspx](http://www.konkurransetilsynet.no/ImageVault/Images/id_1817/ImageVaultHandler.aspx) [Lesedato: 10.11.2009]

Konkurrensverket: *Dagligvaruhandeln. Struktur, ägerform og relation til leverantörer*. Konkurrensverkets rapportserie 2002:6

Lavik, Randi: *Dagligvaretilgang i ulike regioner – utvikling 1980-2000*. Oppdragsrapport nr 5 – Statens institutt for forbruksforskning 2001

Sørgard, Lars: *Vertikale relasjoner: finnes det enkle, konkurranspolitiske regler?* SNF Stiftelsen for samfunns- og næringlivsforskning – SNF-rapport 10/98

Tirole, Jean. (1988): *The Theory of Industrial Organization*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

UBS: *Prices and Earnings. A comparison of purchasing power around the globe*. 2009



# Vedlegg 1

## Kapittel 2

**Tabell 1 – kapittel 2: Vare X, liten toll. Prosentvis høyere lavere pris i Sverige enn i Norge**

	Norge	Norge	Sverige	
Vare X, boks 500 g	NOK	NOK	NOK	Prisforskjell Prosent
Utsalgspris		20,00	12,00	-40
Ekskl. mva NO 14%, SE 12%		17,54	10,71	-39
Toll 10 øre pr boks	0,10			
Matproduksjonsavgift 0,71 %	0,07			
Forskningsavgift 0,25 %	0,02			
sum toll og avgift	0,19			
Nettopris korrigert for avgifter		17,35	10,71	-38

**Tabell 2 - kapittel 2: Vare Y, middels toll. Prosentvis høyere lavere pris i Sverige enn i Norge**

	Norge	Norge	Sverige	
Vare Y, 500 g	NOK	NOK	NOK	Prisforskjell Prosent
Utsalgspris		20,00	12,00	-40
eks mva NO 14 %, SE 12 %		17,54	10,71	-39
Toll 2 kr pr kg	1,00			
Matproduksjonsavgift 0,71 %	0,07			
Forskningsavgift 0,25 %	0,02			
sum toll og avgift	1,09			
Nettopris korrigert for avgifter		16,45	10,71	-35

**Tabell 3 – kapittel 2: Vare Z høy toll. Prosentvis høyere lavere pris i Sverige enn i Norge**

		Norge	Sverige	
Vare X, 500 g	NOK	NOK	NOK	Prisforskjell Prosent
Utsalgspris		20,00	12,00	-40
eks mva NO 14 %, SE 12 %		17,54	10,71	-39
Toll 6 kr pr kg	3,00			
Matproduksjonsavgift 0,71 %	0,07			
Forskningsavgift 0,25 %	0,02			
sum toll og avgift	3,09			
Nettopris korrigert for avgifter		14,45	10,71	-26

**Tabell 4 – kapittel 2: Sjokolade og høy toll. Prosentvis høyere lavere pris i Sverige enn i Norge**

		Norge	Sverige	
Sjokolade, 500 g	NOK	NOK	NOK	Prisforskjell Prosent
Utsalgspris		20,00	12,00	-40
eks mva NO 14%, SE 12%		17,54	10,71	-39
Toll 6 kr pr kg	3,00			
Matproduksjonsavgift 0,71 %	0,07			
Forskningsavgift 0,25 %	0,02			
Sjokoladeavgift, 17,60 pr kg	8,80			
sum toll og avgift	11,89			
Nettopris korrigert for avgifter		5,65	10,71	89

Tabell 5 – kapittel 2: Oversikt over avgifter i de ulike land

Produksjonsland		Toll NOK	Norge		Sverige		Danmark
			matproduksjonsavg	forskningsavg	Sjokoladeavg (sukkeravg)	Toll og punkt-skatt	Toll, punktavgift og sjokoladeavg
Sverige	O'BOY BOKS,450 GR	Max 22,58 NOK pr kg Ca 1 kr	0,71%				
Italia	BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN,500 GR	Max 11,01 pr kg/ 1,39 kr pr kg	0,71%	0,25%			
	TWINING EARL GREY 50BG,100 GR	0	1,14%				Punktavgift 6,25 DKK pr kg
	TWINING EARL GREY,200 GR	0	1,14%				Punktavgift 6,25 DKK pr kg
	LIPTON YELLOW LABEL 20BG,40 GR	0	1,14%				Punktavgift 6,25 DKK pr kg
Nederland	MF SNICKERS 2-PK,80 GR	Max 7,69 kr pr kg	0,71%		17,60 pr kg		Sjokoladeavg 17,75 DKK
Nederland	MF SNICKERS SINGLE,57 GR	Max 7,69 kr pr kg	0,71%		17,60 pr kg		Sjokoladeavg 17,75 DKK
	KINDER MAXI T1,21 GR	Max 7,69 kr pr kg	0,71%		17,60 pr kg		Sjokoladeavg 17,75 DKK
	KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	Max 7,69 kr pr kg	0,71%		17,60 pr kg		Sjokoladeavg 17,75 DKK
Danmark	A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	Max 7,69 kr pr kg	0,71%		17,60 pr kg		Sjokoladeavg 17,75 DKK
Nederland	DOLMIO CLASSICO,500 GR	Max 27,66 kr pr kg	0,71%	0,25%			
Holland	U.B. CHINESE SWEET&SOUR,500 GR	Max 27,66 kr pr kg	0,71%	0,25%			
Sverige	ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM,230 GR	Max 27,66 kr pr kg	0,71%	0,25%			
Nederland	KIKKOMAN SOYASAUS,150 ML	0	0,71%	0,25%			
USA	TABASCO PEPPER SAUCE,57 ML	Max 27,66 kr pr kg	0,71%	0,25%			
Spania	YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE,500 ML	0	1,14%				
Sverige	SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE,190 GR	Max 31,71 pr kg	0,71%	0,35%			
USA	SUN MAID ROSINER,500 GR	0	1,14%				

Forts.

Produk- sjonsland		Toll NOK	Norge		Sverige		Danmark
			matpro- duk- sjonsavg	forsk- ningsavg	Sjokolade- avg (suk- keravg)	Toll og punkt- skatt	Toll, punktav- gift og sjoko- ladeavg
Tyskland	DR.OETKER RISTORANTE MOZZARELLA,325 GR	Max 29,35 kr pr kg Kr 2,20 pr kg	0,71%	0,25%			
Danmark	TULIP DANSK SALAMI SKIVET,250 GR	Max 84,31 kr pr kg	0,71%	0,25%			
	KNORR HØNSEBULJONG TERNING,6 L						
	KNORR GRØNNSAKSBULJ ONG TERNING,6 L						
Frankrike	NESTLE FITNESS,375 GR	0	0,71%	0,25%			
Frankrike	NESTLE FITNESS HASSELNØTT,375 GR	0	0,71%	0,25%			
England	NESTLE CHEERIOS,375 GR	0	0,71%	0,25%			
Tyskland	KELLOGGS CORN FLAKES,375 GR	0	0,71%	0,25%			
Tyskland	KELLOGGS ALL BRAN REGULAR,500 GR	0	0,71%	0,25%			



## Vedlegg 2

### Kapittel 3

**Tabell 6 – kapittel 3: Tilhører tabell 3-1. Gjennomsnittlig pris i hhv NOK, SEK og DKK**

Næringsmidler	Norge	Sverige	Danmark		
	NOK	SEK	DKK		
	ink mva	ink mva	ink mva	Prosent lave- re/høyere i Sverige enn i Norge	Prosent lave- re/høyere i Danmark enn i Norge
O'BOY BOKS,450 GR	27,23	24,66	23,71	-9	-13
BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN,500 GR	20,13	15,49	17,62	-23	-12
TWINING EARL GREY 50BG,100 GR	33,42	30,91	41,44	-8	24
TWINING EARL GREY,200 GR	35,26	37,67	41,72	7	18
LIPTON YELLOW LABEL 20BG,40 GR	9,77	10,59	16,40	8	68
MF SNICKERS 2- PK,80 GR	13,05	9,26	10,49	-29	-20
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	9,86	6,35	7,06	-36	-28
KINDER MAXI T1,21 GR	4,95	3,56	3,93	-28	-21
KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	24,13	21,74	18,64	-10	-23
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	21,33	14,81	15,13	-31	-29
DOLMIO CLASSICO,500 GR	18,78	22,67	18,89	21	1
U.B. CHINESE SWEET&SOUR,500 GR	17,44	20,56	17,58	18	1

Forts.

Næringsmidler	Norge	Sverige	Danmark		
	NOK	SEK	DKK		
	ink mva	ink mva	ink mva	Prosent lave- re/høyere i Sverige enn i Norge	Prosent lave- re/høyere i Danmark enn i Norge
ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM,230 GR	17,30	12,13	18,81	-30	9
KIKKOMAN SOYASAUS,150 ML	30,86	32,21	28,15	4	-9
TABASCO PEPPER SAUCE,57 ML	27,45	32,59	24,53	19	-11
YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE,500 ML	66,41	61,26	46,67	-8	-30
SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE,190 GR	17,13	14,15	11,99	-17	-30
SUN MAID ROSINER,500 GR	18,16	20,70	20,35	14	12
DR.OETKER RISTORANTE MOZZARELLA,325 GR	28,71	27,61	21,51	-4	-25
TULIP DANSK SALAMI SKIVET,250 GR	28,09	26,37	14,91	-6	-47
KNORR HØNSEBULJONG TERNING,6 L	15,93	16,53	15,21	4	-5
KNORR GRØNNSAKSBULJONG TERNING,6 L	14,95	16,48	15,44	10	3
NESTLE FITNESS,375 GR	28,38	23,81	16,76	-16	-41
NESTLE FITNESS HASSELNØTT,375 GR	27,83	25,75	23,81	-7	-14
NESTLE CHEERIOS,375 GR	30,46	27,91	26,62	-8	-13
KELLOGGS CORN FLAKES,375 GR	21,03	19,36	12,29	-8	-42
KELLOGGS ALL BRAN REGULAR,500 GR	25,21	24,66	24,12	-2	-4
<b>Gjennomsnittlig diffe- ranse</b>				<b>-7</b>	<b>-13</b>

**Tabell 7 – kapittel 3: Tilhører tabell 3-1. Priser i NOK, gjennomsnittlig differanse**

	Norge	Sverige	Danmark		
	NOK	NOK	NOK		
	inkl mva	inkl mva	inkl mva	Prosent lave- re/høyere i Sverige enn i Norge	Prosent lave- re/høyere i Danmark enn i Norge
O'BOY BOKS,450 GR	27,23	20,37	25,61	-25	-6
BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN,500 GR	20,13	12,80	19,02	-36	-5
TWINING EARL GREY 50BG,100 GR	33,42	25,54	44,76	-24	34
TWINING EARL GREY,200 GR	35,26	31,12	45,06	-12	28
LIPTON YELLOW LABEL 20BG,40 GR	9,77	8,75	17,72	-10	81
MF SNICKERS 2-PK,80 GR	13,05	7,65	11,33	-41	-13
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	9,86	5,25	7,63	-47	-23
KINDER MAXI T1,21 GR	4,95	2,94	4,25	-41	-14
KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	24,13	17,96	20,13	-26	-17
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	21,33	12,23	16,34	-43	-23
DOLMIO CLASSICO,500 GR	18,78	18,72	20,40	0	9
U.B. CHINESE SWEET&SOUR,500 GR	17,44	16,98	18,99	-3	9
ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM,230 GR	17,30	10,02	20,32	-42	17
KIKKOMAN SOYASAUS,150 ML	30,86	26,60	30,40	-14	-1
TABASCO PEPPER SAUCE,57 ML	27,45	26,92	26,50	-2	-3
YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE,500 ML	66,41	50,61	50,40	-24	-24
SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE,190 GR	17,13	11,69	12,95	-32	-24
SUN MAID ROSINER,500 GR	18,16	17,10	21,98	-6	21
DR.OETKER RISTORANTE MOZZARELLA,325 GR	28,71	22,81	23,23	-21	-19
TULIP DANSK SALAMI SKIVET,250 GR	28,09	21,78	16,10	-22	-43
KNORR HØNSEBULJONG TERNING,6 L	15,93	13,65	16,43	-14	3
KNORR GRØNNSAKSBULJONG TERNING,6 L	14,95	13,61	16,68	-9	12

Forts.

	Norge	Sverige	Danmark		
	NOK	NOK	NOK		
	inkl mva	inkl mva	inkl mva	Prosent lave- re/høyere i Sverige enn i Norge	Prosent lave- re/høyere i Danmark enn i Norge
NESTLE FITNESS,375 GR	28,38	19,67	18,10	-31	-36
NESTLE FITNESS HASSELNØTT,375 GR	27,83	21,27	25,71	-24	-8
NESTLE CHEERIOS,375 GR	30,46	23,05	28,75	-24	-6
KELLOGGS CORN FLAKES,375 GR	21,03	15,99	13,27	-24	-37
KELLOGGS ALL BRAN REGULAR,500 GR	25,21	20,37	26,05	-19	3
<b>Gjennomsnittlig prosentvis dif- feranse</b>		-	-	<b>-23</b>	<b>-6</b>

Tabell 8 – kapittel 3: Tilhører tabell 3-1. Priser i NOK, ekskl mva, prosentvis forskjell

	Norge	Sverige	Danmark	Korrigert for mva og valuta	
	NOK	NOK	NOK		
	eks mva 14%	eks mva 12%	eks mva 25%	Prosent lave- re/høyere i Sverige enn i Norge	Prosent lave- re/høyere i Danmark enn i Norge
O'BOY BOKS,450 GR	23,89	18,19	20,49	-24	-14
BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN,500 GR	17,66	11,43	15,22	-35	-14
TWINING EARL GREY 50BG,100 GR	29,32	22,80	35,81	-22	22
TWINING EARL GREY,200 GR	30,93	27,79	36,05	-10	17
LIPTON YELLOW LABEL 20BG,40 GR	8,57	7,81	14,17	-9	65
MF SNICKERS 2-PK,80 GR	11,44	6,83	9,06	-40	-21
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	8,65	4,68	6,10	-46	-29
KINDER MAXI T1,21 GR	4,35	2,62	3,40	-40	-22
KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	21,17	16,04	16,11	-24	-24

Forts.

	Norge	Sverige	Danmark	Korrigert for mva og valuta	
	NOK	NOK	NOK		
	eks mva 14%	eks mva 12%	eks mva 25%	Prosent lave- re/høyere i Sverige enn i Norge	Prosent lave- re/høyere i Danmark enn i Norge
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	18,71	10,92	13,07	-42	-30
DOLMIO CLASSICO,500 GR	16,47	16,72	16,32	2	-1
U.B. CHINESE SWEET&SOUR, 500 GR	15,30	15,17	15,19	-1	-1
ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM,230 GR	15,18	8,95	16,26	-41	7
KIKKOMAN SOYASAUS,150 ML	27,07	23,76	24,32	-12	-10
TABASCO PEPPER SAUCE,57 ML	24,08	24,04	21,20	0	-12
YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE,5 00 ML	58,25	45,19	40,32	-22	-31
SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE, 190 GR	15,03	10,44	10,36	-31	-31
SUN MAID ROSINER,500 GR	15,93	15,27	17,58	-4	10
DR.OETKER RISTORANTE MOZZARELLA,3 25 GR	25,18	20,37	18,59	-19	-26
TULIP DANSK SALAMI SKIVET,250 GR	24,64	19,45	12,88	-21	-48
KNORR HØNSEBULJON G TERNING,6 L	13,97	12,19	13,14	-13	-6
KNORR GRØNNSAKSB ULJONG TERNING,6 L	13,11	12,16	13,34	-7	2
NESTLE FITNESS,375 GR	24,89	17,56	14,48	-29	-42

Forts.

	Norge	Sverige	Danmark	Korrigert for mva og valuta	
	NOK	NOK	NOK		
	eks mva 14%	eks mva 12%	eks mva 25%	Prosent lave- re/høyere i Sve- rige enn i Norge	Prosent lave- re/høyere i Dan- mark enn i Norge
NESTLE FITNESS HASSELNØT T,375 GR	24,42	18,99	20,57	-22	-16
NESTLE CHEERIOS,3 75 GR	26,72	20,58	23,00	-23	-14
KELLOGGS CORN FLAKES,375 GR	18,44	14,28	10,62	-23	-42
KELLOGGS ALL BRAN REGULAR,50 0 GR	22,11	18,19	20,84	-18	-6
<b>Gjennom- snittlig pro- sentvis diffe- ranse</b>	-	-	-	<b>-22</b>	<b>-15</b>

Tabell 9 – kapittel 3: Tilhører tabell 3-2 Priser i NOK, korrigert for mva, valuta og sjokoladeavgift

sjokolade	Minus mva			Minus mva og sjokoladeavgift		
				17,60 pr kg sjokola- deavgift NO		17,75 pr kg DKK, 19,17 NOK sjokoladeavgift DK
	eks mva 14%	eks mva 12%	eks mva 25%	NO - minus sjokola- deavgift		
	NO NOK	SE NOK	DK NOK	NO NOK	SE NOK	DK NOK
MF SNICKERS 2- PK,80 GR	11,44	6,83	9,06	10,03	6,83	7,53
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	8,65	4,68	6,10	7,65	4,68	5,01
KINDER MAXI T1,21 GR	4,35	2,62	3,40	3,98	2,62	3,00
KINDEREgg SURPRISE T3,60 GR	21,17	16,04	16,11	20,11	16,04	14,96
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	18,71	10,92	13,07	16,51	10,92	10,67

**Tabell 10 – kapittel 3: Tilhører tabell 3-3. Priser i egen valuta**

	Norge	Sverige	Danmark
Non-food	NOK	SEK	DKK
	inkl mva	inkl mva	inkl mva
JORDAN CLEAN BETWEEN MEDIUM,	24,35	22,82	20,47
LISTERINE FLUORIDE MUNNVANN,500 ML	68,95	57,67	53,37
EL'VITAL SHAMPOO ANTI-BREAKAGE,250 ML	32,88	29,69	19,93
HEAD&SHOULDERS CLASSIC CLEAN,250 ML	34,26	33,66	25,43
WELLA SHAMPOO NORMALT HÅR,300 ML	33,49	19,93	19,53
LIBRESSE TRUSEINNLEGG NORMAL,32 STK	29,84	24,68	20,94
O.B. SUPER PLUS,16 STK	29,80	27,70	27,81
GILL.MACH3,5 STK	94,65	124,43	119,46
GILL.MACH3 TURBO,5 STK	139,55	151,06	146,42
GILL.VENUS EMBRACE BLADER,3 STK	142,50	136,43	136,94
GILL.VENUS EMBRACE HØVEL,	157,14	157,53	118,26

**Tabell 11- kapittel 3: Tilhører tabell 3-3. Priser i NOK, inkl mva**

	Norge	Sverige	Danmark
	NOK inkl mva	NOK inkl mva	NOK inkl mva
JORDAN CLEAN BETWEEN MEDIUM,	24,35	18,85	22,10
LISTERINE FLUORIDE MUNNVANN,500 ML	68,95	47,64	57,64
EL'VITAL SHAMPOO ANTI-BREAKAGE,250 ML	32,88	24,53	21,52
HEAD&SHOULDERS CLASSIC CLEAN,250 ML	34,26	27,80	27,47
WELLA SHAMPOO NORMALT HÅR,300 ML	33,49	16,46	21,09
LIBRESSE TRUSEINNLEGG NORMAL,32 STK	29,84	20,39	22,62
O.B. SUPER PLUS,16 STK	29,80	22,88	30,03
GILL.MACH3,5 STK	94,65	102,79	129,01
GILL.MACH3 TURBO,5 STK	139,55	124,79	158,13
GILL.VENUS EMBRACE BLADER,3 STK	142,50	112,70	147,90
GILL.VENUS EMBRACE HØVEL,	157,14	130,14	127,72





## Vedlegg 3

### Kapittel 4 Prisspredning

Tabell 12 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1 Næringsmidler. NOK. Inkludert 14 % merverdiavgift og andre toll og avgifter. Norge

Norge	Totalt NOK	Prosent høyere eller lavere pris enn tot gjennomsnitt			
		Superetter	Små supermarkeder	Store supermarked	Hypermarked
O'BOY BOKS,450 GR	27,23	6	-1	-1	-8
BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN,500 GR	20,13	2	0	2	-10
TWINING EARL GREY 50BG,100 GR	33,42	3	-1	1	-2
TWINING EARL GREY,200 GR	35,26	2	-1	2	0
LIPTON YELLOW LABEL 20BG,40 GR	9,77	4	-3	2	8
MF SNICKERS 2-PK,80 GR	13,05	9	-2	-2	-12
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	9,86	3	-2	1	0
KINDER MAXI T1,21 GR	4,95	7	-3	-3	-4
KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	24,13	7	0	-1	-10
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	21,33	7	2	-9	21
DOLMIO CLASSICO,500 GR	18,78	4	0	-1	-4
U.B. CHINESE SWEET&SOUR,500 GR	17,44	10	0	-5	-9
ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM,230 GR	17,30	7	9	8	-26
KIKKOMAN SOYASAUS,150 ML	30,86	7	-2	-1	6
TABASCO PEPPER SAUCE,57 ML	27,45	3	-2	2	4
YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE,500 ML	66,41	1	-1	0	0
SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE,190 GR	17,13	11	6	5	-34
SUN MAID ROSINER,500 GR	18,16	5	-1	0	-3
DR.OETKER RISTORANTE MOZZARELLA,325 GR	28,71	7	-5	8	12
TULIP DANSK SALAMI SKIVET,250 GR	28,09	4	0	-1	-5

Forts.

Norge	Totalt NOK	Prosent høyere eller lavere pris enn tot gjennomsnitt			
		Superetter	Små supermarkeder	Store supermarkeder	Hypermarked
KNORR HØNSEBULJONG TERNING,6 L	15,93	0	0	-1	-7
KNORR GRØNNSAKSBULJONG TERNING,6 L	14,95		-1	0	-1
NESTLE FITNESS,375 GR	28,38	2	0	0	-2
NESTLE FITNESS HASSELNØTT,375 GR	27,83	22	23	5	-37
NESTLE CHEERIOS,375 GR	30,46	3	-1	0	-1
KELLOGGS CORN FLAKES,375 GR	21,03	3	-1	0	-3
KELLOGGS ALL BRAN REGULAR,500 GR	25,21	4	-1	1	-5
<b>Prosent gjennomsnittlig forskjell</b>		<b>5</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>-5</b>

**Tabell 13 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1 ”Non-food”. Inkl merverdiavgift 25 %. Norge. Høyere eller lavere prosentvis forskjell i forhold til gjennomsnittlige priser totalt**

Norge	Totalt NOK	Superetter	Små supermarkeder	Store supermarked	Hypermarked
JORDAN CLEAN BETWEEN MEDIUM,	24,35	4	-1	-1	-1
LISTERINE FLUORIDE MUNNVANN,500 ML	68,95	0	0	1	-3
EL'VITAL SHAMPOO ANTI-BREAKAGE,250 ML	32,88	2	1	-4	-4
HEAD&SHOULDERS CLASSIC CLEAN,250 ML	34,26	6	0	1	-9
WELLA SHAMPOO NORMALT HÅR,300 ML	33,49	12	1	-5	-14
LIBRESSE TRUSEINNLEGG NORMAL,32 STK	29,84	3	-1	0	-5
O.B. SUPER PLUS,16 STK	29,80	0	0	0	2
GILL.MACH3,5 STK	94,65	3	-1	1	-2
GILL.MACH3 TURBO,5 STK	139,55	1	-1	1	2
GILL.VENUS EMBRACE BLADER,3 STK	142,50	0	-1	3	0
GILL.VENUS EMBRACE HØVEL,	157,14	0	2	1	-10
<b>Prosent gjennomsnittlig forskjell</b>		<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-4</b>

**Tabell 14 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1 Norge – Næringsmidler, priser NOK**

Norge	Superetter	Små supermarkeder	Store supermarked	Hypermarkeder	Totalt NOK
O'BOY BOKS,450 GR	28,78	27,01	26,98	24,93	27,23
BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN,500 GR	20,55	20,15	20,46	18,04	20,13
TWINING EARL GREY 50BG,100 GR	34,50	32,94	33,87	32,82	33,42
TWINING EARL GREY,200 GR	35,88	34,80	35,83	35,27	35,26
LIPTON YELLOW LABEL 20BG,40 GR	10,18	9,48	9,99	10,55	9,77
MF SNICKERS 2-PK,80 GR	14,16	12,81	12,84	11,42	13,05
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	10,15	9,66	9,96	9,83	9,86
KINDER MAXI T1,21 GR	5,29	4,83	4,81	4,78	4,95
KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	25,83	24,04	23,86	21,82	24,13
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	22,85	21,66	19,49	25,90	21,33
DOLMIO CLASSICO,500 GR	19,55	18,70	18,54	18,03	18,78
U.B. CHINESE SWEET&SOUR,500 GR	19,14	17,47	16,53	15,90	17,44
ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM,230 GR	18,45	18,87	18,76	12,83	17,30
KIKKOMAN SOYASAUS,150 ML	32,95	30,14	30,42	32,78	30,86
TABASCO PEPPER SAUCE,57 ML	28,20	26,85	28,12	28,65	27,45
YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE,500 ML	67,16	66,04	66,63	66,22	66,41
SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE,190 GR	19,09	18,24	18,06	11,34	17,13
SUN MAID ROSINER,500 GR	19,02	17,95	18,13	17,66	18,16
DR.OETKER RISTORANTE MOZZARELLA,325 GR	30,85	27,23	30,90	32,18	28,71
TULIP DANSK SALAMI SKIVET,250 GR	29,10	28,18	27,90	26,63	28,09
KNORR HØNSEBULJONG TERNING,6 L	15,98	15,99	15,83	14,84	15,93
KNORR GRØNNSAKSBULJONG TERNING,6 L	0,00	14,84	14,92	14,82	14,95
NESTLE FITNESS,375 GR	29,03	28,24	28,35	27,93	28,38
NESTLE FITNESS HASSELNØTT,375 GR	33,94	34,10	29,28	17,64	27,83
NESTLE CHEERIOS,375 GR	31,30	30,20	30,57	30,15	30,46
KELLOGGS CORN FLAKES,375 GR	21,67	20,83	21,03	20,46	21,03
KELLOGGS ALL BRAN REGULAR,500 GR	26,16	25,08	25,38	23,86	25,21

**Tabell 15 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1. Priser NOK "non food"**

Norge	Super- retter	Små super- markeder	Store su- permarked	Hyper- marked	Totalt NOK
JORDAN CLEAN BETWEEN MEDIUM,	25,42	24,19	24,14	24,06	24,35
LISTERINE FLUORIDE MUNNVANN,500 ML	68,98	69,07	69,52	66,73	68,95
EL'VITAL SHAMPOO ANTI- BREAKAGE,250 ML	33,66	33,13	31,70	31,52	32,88
HEAD&SHOULDERS CLASSIC CLEAN,250 ML	36,35	34,09	34,69	31,16	34,26
WELLA SHAMPOO NORMALT HÅR,300 ML	37,46	33,98	31,90	28,66	33,49
LIBRESSE TRUSEINNLEGG NORMAL,32 STK	30,69	29,65	29,79	28,45	29,84
O.B. SUPER PLUS,16 STK	29,85	29,69	29,91	30,39	29,80
GILL.MACH3,5 STK	97,89	93,55	95,41	93,18	94,65
GILL.MACH3 TURBO,5 STK	140,41	138,59	140,41	142,63	139,55
GILL.VENUS EMBRACE BLADER,3 STK	142,81	141,26	146,31	142,58	142,50
GILL.VENUS EMBRACE HØVEL,	157,71	159,65	158,72	141,67	157,14

**Tabell 16 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1 Sverige. Inkl 12 % mva på næringsmidler. Sverige. Høyere eller lavere prosentvis forskjell i forhold til gjennomsnittlige priser totalt**

Sverige	Totalt SEK	Høyere eller lavere pris enn tot prosent			
		Superet-ter	Små super-markeder	Store su-permarked	Hypermar-ked
O'BOY BOKS,450 GR	24,66	3	2	1	-5
BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN,500 GR	15,49	8	4	1	-4
TWINING EARL GREY 50BG,100 GR	30,91	29	-3	0	0
TWINING EARL GREY,200 GR	37,67	8	7	0	-7
LIPTON YELLOW LABEL 20BG,40 GR	10,59	6	3	-1	-1
MF SNICKERS 2-PK,80 GR	9,26	9	0	8	-4
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	6,35	17	6	-4	-11
KINDER MAXI T1,21 GR	3,56	14	7	-6	-10
KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	21,74	15	12	-1	-4
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	14,81	15	25	-6	-2
DOLMIO CLASSICO,500 GR	22,67	14	6	-2	-4
U.B. CHINESE SWEET&SOUR,500 GR	20,56	11	6	-7	-3
ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM,230 GR	12,13	15	3	-5	0
KIKKOMAN SOYASAUS,150 ML	32,21	10	4	-2	-4
TABASCO PEPPER SAUCE,57 ML	32,59	5	4	0	-4
YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE,500 ML	61,26	21	4	1	-3
SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE,190 GR	14,15	12	6	-2	-7
SUN MAID ROSINER,500 GR	20,70	10	8	0	-4
DR.OETKER RISTORANTE	27,61	7	9	0	-6

MOZZARELLA,325 GR					
TULIP DANSK SALAMI SKIVET,250 GR	26,37	11	5	-1	-1
KNORR HØNSEBULJONG TERNING,6 L	16,53	16	11	1	-5

Forts.

Sverige	Totalt SEK	Høyere eller lavere pris enn tot prosent			Hypermark- ked
		Superet- ter	Små super- markeder	Store su- permarked	
KNORR GRØNNSAKSBULJO NG TERNING,6 L	16,48	16	12	1	-5
NESTLE FITNESS,375 GR	23,81	15	7	-1	-6
NESTLE FITNESS HASSELNØTT,375 GR	25,75				
NESTLE CHEERIOS,375 GR	27,91	6	5	0	-2
KELLOGGS CORN FLAKES,375 GR	19,36		2	2	-4
KELLOGGS ALL BRAN REGULAR,500 GR	24,66	9	8	1	-10
<b>Prosent gjennem- snitt</b>		<b>12</b>	<b>6</b>	<b>-1</b>	<b>-4</b>

Tabell 17 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1 "Non-food" inkl 25 % mva. Sverige. Høyere eller lavere prosent-  
vis forskjell i forhold til gjennomsnittlige priser totalt

Sverige	Totalt SEK	Prosent lavere/høyere enn gjsn tot			Hypermarked
		Superetter	Små super- markeder	Store su- permarked	
JORDAN CLEAN BETWEEN MEDIUM,	22,82	10	6	1	-4
LISTERINE FLUORIDE MUNNVANN,500 ML	57,67	43	48	20	-21
EL'VITAL SHAMPOO ANTI- BREAKAGE,250 ML	29,69	12	7	1	-10
HEAD&SHOULDERS CLASSIC CLEAN,250 ML	33,66	9	5	-3	-7
WELLA SHAMPOO NORMALT HÅR,300 ML	19,93	14	9	-2	-6
LIBRESSE TRUSEINNLEGG NORMAL,32 STK	24,68	16	6	-4	-8
O.B. SUPER PLUS,16 STK	27,70	4	6	1	-2
GILL.MACH3,5 STK	124,43	20	1	2	-2
GILL.MACH3 TURBO,5 STK	151,06	17	8	-2	-4
GILL.VENUS EMBRACE BLADER,3 STK	136,43	18	9	-1	-8
GILL.VENUS EMBRACE HØVEL,	157,53	22	11	-1	-5
<b>Gjennomsnittlig prosentlig differan- se</b>		<b>17</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>-7</b>



**Tabell 18 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1. Gjennomsnittlige priser SEK, Næringsmidler**

Sverige	Superetter	Små supermar- keder	Store super- permar- mar- ked	Hyper- per- marked	Totalt SEK
O'BOY BOKS,450 GR	25,49	25,26	24,89	23,51	24,66
BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN,500 GR	16,69	16,04	15,63	14,82	15,49
TWINING EARL GREY 50BG,100 GR	40,00	30,00	30,92	30,89	30,91
TWINING EARL GREY,200 GR	40,67	40,38	37,63	35,06	37,67
LIPTON YELLOW LABEL 20BG,40 GR	11,22	10,91	10,52	10,48	10,59
MF SNICKERS 2-PK,80 GR	10,06	9,31	9,98	8,91	9,26
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	7,46	6,72	6,11	5,64	6,35
KINDER MAXI T1,21 GR	4,05	3,79	3,35	3,19	3,56
KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	24,95	24,43	21,48	20,82	21,74
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	16,97	18,51	13,99	14,45	14,81
DOLMIO CLASSICO,500 GR	25,83	23,93	22,29	21,83	22,67
U.B. CHINESE SWEET&SOUR,500 GR	22,80	21,83	19,12	20,02	20,56
ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM,230 GR	13,93	12,54	11,53	12,11	12,13
KIKKOMAN SOYASAUS,150 ML	35,36	33,61	31,53	30,96	32,21
TABASCO PEPPER SAUCE,57 ML	34,37	33,93	32,66	31,39	32,59
YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE,500 ML	74,29	63,77	62,08	59,36	61,26
SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE,190 GR	15,84	14,99	13,83	13,21	14,15
SUN MAID ROSINER,500 GR	22,83	22,38	20,75	19,85	20,70
DR.OETKER RISTORANTE MOZZARELLA,325 GR	29,47	30,04	27,64	26,08	27,61
TULIP DANSK SALAMI SKIVET,250 GR	29,29	27,68	26,06	26,21	26,37
KNORR HØNSEBULJONG TERNING,6 L	19,23	18,34	16,65	15,69	16,53
KNORR GRØNNSAKSBULJONG TERNING,6 L	19,19	18,47	16,66	15,69	16,48
NESTLE FITNESS,375 GR	27,38	25,46	23,52	22,47	23,81
NESTLE FITNESS HASSELNØTT,375 GR	0,00	0,00	0,00	0,00	25,75
NESTLE CHEERIOS,375 GR	29,57	29,22	27,79	27,26	27,91

Forts.

Sverige	Superetter	Små supermar- keder	Store super- permar- mar- ked	Hyper- per- marked	Totalt SEK
KELLOGGS CORN FLAKES,375 GR	0,00	19,72	19,74	18,54	19,36
KELLOGGS ALL BRAN REGULAR,500 GR	26,98	26,59	24,90	22,13	24,66

**Tabell 19 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1. Gjennomsnittlig priser SEK. Non food**

Sverige	Supretter	Små supermar- keder	Store super- permar- mar- ked	Hyper- per- marked	Totalt SEK
JORDAN CLEAN BETWEEN MEDIUM,	26,94	25,91	22,17	22,16	22,82
LISTERINE FLUORIDE MUNNVANN,500 ML	67,27	62,95	57,21	56,02	57,67
EL'VITAL SHAMPOO ANTI-BREAKAGE,250 ML	34,09	31,89	28,90	28,90	29,69
HEAD&SHOULDERS CLASSIC CLEAN,250 ML	36,94	35,57	33,87	32,41	33,66
WELLA SHAMPOO NORMALT HÅR,300 ML	28,55	29,54	23,99	15,72	19,93
LIBRESSE TRUSEINNLEGG NORMAL,32 STK	27,54	26,53	24,93	22,19	24,68
O.B. SUPER PLUS,16 STK	30,16	28,96	26,97	25,81	27,70
GILL.MACH3,5 STK	141,93	135,44	122,32	117,22	124,43
GILL.MACH3 TURBO,5 STK	175,98	160,84	145,72	139,14	151,06
GILL.VENUS EMBRACE BLADER,3 STK	142,50	144,45	138,11	133,58	136,43
GILL.VENUS EMBRACE HØVEL,	188,70	159,71	160,66	154,33	157,53

**Tabell 20 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1 Danmark. Gjennomsnittlig priser DKK****Inkl mva 25 %. Høyere eller lavere prosentvis forskjell i forhold til gjennomsnittlige priser totalt**

Danmark	Totalt DKK	Superet-ter	Små super-per-mar-keder	Store super-marked	Hyper-marked
O'BOY BOKS,450 GR	23,71	-1	-1	10	3
BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN,500 GR	17,62	3	-10	4	-15
TWINING EARL GREY 50BG,100 GR	41,44	10	0	0	1
TWINING EARL GREY,200 GR	41,72	0	-3	1	2
LIPTON YELLOW LABEL 20BG,40 GR	16,40	3	2	-2	-2
MF SNICKERS 2-PK,80 GR	10,49	7	-2	3	0
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	7,06	10	-4	-2	3
KINDER MAXI T1,21 GR	3,93	8	2	-11	1
KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	18,64	11	1	0	-8
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	15,13	2	-2	9	3
DOLMIO CLASSICO,500 GR	18,89	7	2	-4	-9
U.B. CHINESE SWEET&SOUR,500 GR	17,58	17	-4	10	-3
ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM,230 GR	18,81	12	-3	1	0
KIKKOMAN SOYASAUS,150 ML	28,15	14	-16	15	8
TABASCO PEPPER SAUCE,57 ML	24,53	6	-7	6	4
YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE,500 ML	46,67			36	-56
SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE,190 GR	11,99	6	5	1	-3
SUN MAID ROSINER,500 GR	20,35	10	2	-1	-5
DR.OETKER RISTORANTE MOZZARELLA,325 GR	21,51	2	2	1	-6
TULIP DANSK SALAMI SKIVET,250 GR	14,91	27	16	3	-18
KNORR HØNSEBULJONG TERNING,6 L	15,21	5	-2	2	-3
KNORR GRØNNSAKSBULJONG TERNING,6 L	15,44	8	0	1	-4
NESTLE FITNESS,375 GR	16,76	1	-7	40	25
NESTLE FITNESS HASSELNØTT,375 GR	23,81		2	-1	
NESTLE CHEERIOS,375 GR	26,62	4	2	-2	-6
KELLOGGS CORN FLAKES,375 GR	12,29	-19	55	-7	-2
KELLOGGS ALL BRAN REGULAR,500 GR	24,12				
<b>Prosent gjennomsnittlig forskjell</b>		<b>6</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>-4</b>

**Tabell 21 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1. "Non-food" DKK inkl 25 mva. Høyere eller lavere prosentvis forskjell i forhold til gjennomsnittlige priser totalt**

Danmark	Totalt DKK	Superetter	Små supermarkeder	Store supermarked	Hypermarked
JORDAN CLEAN BETWEEN MEDIUM,	20,47	14	1	3	-4
LISTERINE FLUORIDE MUNNVANN,500 ML	53,37	6	-3	0	-1
EL'VITAL SHAMPOO ANTI-BREAKAGE,250 ML	19,93	10	-1	8	-5
HEAD&SHOULDER S CLASSIC CLEAN,250 ML	25,43	35	4	17	-14
WELLA SHAMPOO NORMALT HÅR,300 ML	19,53		88	6	-2
LIBRESSE TRUSEINNLEGG NORMAL,32 STK	20,94	26	3	-2	-4
O.B. SUPER PLUS,16 STK	27,81	19	4	4	-9
GILL.MACH3,5 STK	119,46	1	-6	3	3
GILL.MACH3 TURBO,5 STK	146,42	-2	-3	3	4
GILL.VENUS EMBRACE BLADER,3 STK	136,94	-7	-2	0	2
GILL.VENUS EMBRACE HØVEL,	118,26	16	-6	4	-2
<b>Prosent gjennomsnitt forskjell</b>		<b>12</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>-3</b>

**Tabell 22 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1. Gjennomsnittlig priser DKK, Næringsmidler**

Danmark	Superetter	Små supermarkeder	Store supermarked	Hypermarked	Totalt DKK
O'BOY BOKS,450 GR	23,55	23,45	26,00	24,36	23,71
BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN,500 GR	18,18	15,88	18,40	15,31	17,62
TWINING EARL GREY 50BG,100 GR	45,45	41,42	41,26	41,93	41,44
TWINING EARL GREY,200 GR	41,83	40,50	41,98	42,50	41,72
LIPTON YELLOW LABEL 20BG,40 GR	16,85	16,75	16,05	16,13	16,40
MF SNICKERS 2-PK,80 GR	11,27	10,28	10,77	10,46	10,49

Forts.

Danmark	Superet-ter	Små super-markeder	Store su-permarked	Hypermar-ked	Totalt DKK
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	7,80	6,81	6,90	7,27	7,06
KINDER MAXI T1,21 GR	4,26	4,03	3,49	3,96	3,93
KINDEREGG SURPRISE T3,60 GR	20,62	18,84	18,65	17,21	18,64
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	15,37	14,82	16,42	15,57	15,13
DOLMIO CLASSICO,500 GR	20,12	19,20	18,17	17,30	18,89
U.B. CHINESE SWEET&SOUR,500 GR	20,61	16,91	19,26	17,06	17,58
ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM,230 GR	21,03	18,21	19,00	18,77	18,81
KIKKOMAN SOYASAUS,150 ML	32,12	23,64	32,32	30,74	28,15
TABASCO PEPPER SAUCE,57 ML	26,05	22,78	26,03	25,53	24,53
YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE,500 ML			63,33	30,00	46,67
SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE,190 GR	12,77	12,65	12,16	11,61	11,99
SUN MAID ROSINER,500 GR	22,46	20,76	20,14	19,32	20,35
DR.OETKER RISTORANTE MOZZARELLA,325 GR	21,98	21,94	21,81	20,20	21,51
TULIP DANSK SALAMI SKIVET,250 GR	18,92	17,24	15,41	12,59	14,91
KNORR HØNSEBULJONG TERNING,6 L	16,02	14,97	15,58	14,81	15,21
KNORR GRØNNSAKSBULJO NG TERNING,6 L	16,67	15,45	15,57	14,85	15,44
NESTLE FITNESS,375 GR	16,93	15,65	23,52	22,29	16,76
NESTLE FITNESS HASSELNØTT,375 GR		24,29	23,66		23,81
NESTLE CHEERIOS,375 GR	27,78	27,11	26,03	25,10	26,62
KELLOGGS CORN FLAKES,375 GR	10,00	19,00	11,48	12,00	12,29
KELLOGGS ALL BRAN REGULAR,500 GR		24,12			24,12

**Tabell 23 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1. Gjennomsnittlig priser DKK "Non food"**

Danmark	Superetter	Små supermarkeder	Store supermarked	Hypermarked	Totalt DKK
JORDAN CLEAN BETWEEN MEDIUM,	23,42	20,63	21,12	19,72	20,47
LISTERINE FLUORIDE MUNNVANN,500 ML	56,56	51,90	53,63	53,04	53,37
EL'VITAL SHAMPOO ANTI-BREAKAGE,250 ML	21,93	19,66	21,59	18,99	19,93
HEAD&SHOULDERS CLASSIC CLEAN,250 ML	34,31	26,46	29,86	22,31	25,43
WELLA SHAMPOO NORMALT HÅR,300 ML		36,67	20,61	19,06	19,53
LIBRESSE TRUSEINNLEGG NORMAL,32 STK	26,46	21,60	20,61	20,06	20,94
O.B. SUPER PLUS,16 STK	33,00	29,00	28,84	25,41	27,81
GILL.MACH3,5 STK	120,27	112,18	122,87	123,53	119,46
GILL.MACH3 TURBO,5 STK	143,23	141,63	151,35	152,86	146,42
GILL.VENUS EMBRACE BLADER,3 STK	127,62	134,79	136,55	139,20	136,94
GILL.VENUS EMBRACE HØVEL,	137,40	110,93	123,29	116,38	118,26

**Tabell 24 – kapittel 4:Tilhører figur 4-1. Gjennomsnittlig priser DKK, Næringsmidler**

Danmark	Superetter	Små supermarkeder	Store supermarked	Hypermarked	Totalt DKK
O'BOY BOKS,450 GR	23,55	23,45	26,00	24,36	23,71
BARILLA PENNETTE RIGATE FULLKORN,500 GR	18,18	15,88	18,40	15,31	17,62
TWINING EARL GREY 50BG,100 GR	45,45	41,42	41,26	41,93	41,44
TWINING EARL GREY,200 GR	41,83	40,50	41,98	42,50	41,72
LIPTON YELLOW LABEL 20BG,40 GR	16,85	16,75	16,05	16,13	16,40
MF SNICKERS 2-PK,80 GR	11,27	10,28	10,77	10,46	10,49
MF SNICKERS SINGLE,57 GR	7,80	6,81	6,90	7,27	7,06
KINDER MAXI T1,21 GR	4,26	4,03	3,49	3,96	3,93
KINDEREgg SURPRISE T3,60 GR	20,62	18,84	18,65	17,21	18,64
A.BERG MARSIPANBRØD 5PK,125 GR	15,37	14,82	16,42	15,57	15,13
DOLMIO CLASSICO,500 GR	20,12	19,20	18,17	17,30	18,89
U.B. CHINESE SWEET&SOUR,500 GR	20,61	16,91	19,26	17,06	17,58
ST.MARIA TACOSAUS MEDIUM,230 GR	21,03	18,21	19,00	18,77	18,81
KIKKOMAN SOYASAUS,150 ML	32,12	23,64	32,32	30,74	28,15
TABASCO PEPPER SAUCE,57 ML	26,05	22,78	26,03	25,53	24,53
YBARRA ØKOLOGISK OLIVENOLJE,500 ML			63,33	30,00	46,67
SAETRE BALLERINA BR.BÆRGELE,190 GR	12,77	12,65	12,16	11,61	11,99
SUN MAID ROSINER,500 GR	22,46	20,76	20,14	19,32	20,35

DR.OETKER RISTORANTE MOZZARELLA,325 GR	21,98	21,94	21,81	20,20	21,51
---	-------	-------	-------	-------	-------

Forts.

Danmark	Superetter	Små super- markeder	Store su- permarked	Hypermarked	Totalt DKK
TULIP DANSK SALAMI SKIVET,250 GR	18,92	17,24	15,41	12,59	14,91
KNORR HØNSEBULJONG TERNING,6 L	16,02	14,97	15,58	14,81	15,21
KNORR GRØNNSAKSBULJONG TERNING,6 L	16,67	15,45	15,57	14,85	15,44
NESTLE FITNESS,375 GR	16,93	15,65	23,52	22,29	16,76
NESTLE FITNESS HASSELNØTT,375 GR		24,29	23,66		23,81
NESTLE CHEERIOS,375 GR	27,78	27,11	26,03	25,10	26,62
KELLOGGS CORN FLAKES,375 GR	10,00	19,00	11,48	12,00	12,29
KELLOGGS ALL BRAN REGULAR,500 GR		24,12			24,12

**Tabell 25 – kapittel 4: Tilhører figur 4-1. Gjennomsnittlig priser DKK, Næringsmidler**

Danmark	Superetter	Små super- markeder	Store su- permarked	Hypermarked	Totalt DKK
JORDAN CLEAN BETWEEN MEDIUM,	23,42	20,63	21,12	19,72	20,47
LISTERINE FLUORIDE MUNNVANN,500 ML	56,56	51,90	53,63	53,04	53,37
EL'VITAL SHAMPOO ANTI- BREAKAGE,250 ML	21,93	19,66	21,59	18,99	19,93
HEAD&SHOULDERS CLASSIC CLEAN,250 ML	34,31	26,46	29,86	22,31	25,43
WELLA SHAMPOO NORMALT HÅR,300 ML		36,67	20,61	19,06	19,53
LIBRESSE TRUSEINNLEGG NORMAL,32 STK	26,46	21,60	20,61	20,06	20,94
O.B. SUPER PLUS,16 STK	33,00	29,00	28,84	25,41	27,81
GILL.MACH3,5 STK	120,27	112,18	122,87	123,53	119,46
GILL.MACH3 TURBO,5 STK	143,23	141,63	151,35	152,86	146,42
GILL.VENUS EMBRACE BLADER,3 STK	127,62	134,79	136,55	139,20	136,94
GILL.VENUS EMBRACE HØVEL,	137,40	110,93	123,29	116,38	118,26