



Prosjektnotat nr. 2-2005

Randi Lavik

**Reduksjon i merverdiavgift på mat og
alkoholfri drikke 1. januar 2005
- hva ble effekten?**


Prisutvikling og konkurranse

SIFO

© SIFO 2005
Prosjektnotat nr. 2 - 2005

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Sandakerveien 24 C, Bygg B
Postboks 4682 Nydalen
0405 Oslo
www.sifo.no

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporten er lagt ut på internett 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.

Tittel Reduksjon i merverdiavgift på mat og alkoholfri drikke 1. januar 2005 - hva ble effekten?	Antall sider 16	Dato 01.07.2005
Forfatter(e) Randi Lavik	Prosjektnummer 11-2004-46	Faglig ansvarlig sign. 
Oppdragsgiver NRK		
Sammendrag Første januar 2005 ble merverdiavgiften på mat redusert fra 12 prosent til 11 prosent. Sammenlignet med desember 2004 med januar 2005, gikk imidlertid matvareprisene opp med 0,1 prosent (fra desember 2003 til januar 2004 gikk matvareprisene opp med 0,2 prosent). Fra desember 2004 til februar 2005, gikk matprisene opp med 1,1 prosent (fra januar til februar 2005 gikk matprisene opp med en prosent). Kjøtt som gikk ned fra desember 2004 til januar 2005 med 0,9 prosent (tilsvarende reduksjonen i merverdiavgift), gikk opp igjen fra januar til februar 2005 med hele 1,1 prosent.		
Stikkord Merverdiavgift, prisutvikling, konsumprisindeks		

Reduksjon i merverdiavgift på mat og alkoholfri drikke 1. januar 2005 – hva ble effekten?

Prisutvikling og konkurranse

Randi Lavik

SIFO

randi.lavik@sifo.no

11. mars 2005

Dataene er basert på Konsumprisindeksen i hhv Norge og Sverige.

Notatet er skrevet på oppdrag fra NRK

Sammendrag

Første januar 2005 ble merverdiavgiften på mat redusert fra 12 prosent til 11 prosent. Sammenlignet med desember 2004 med januar 2005, gikk imidlertid matvareprisene opp med 0,1 prosent (fra desember 2003 til januar 2004 gikk matvareprisene opp med 0,2 prosent). Det er variasjoner mellom de ulike gruppene, der gruppene Brød, Kjøtt, Oljer, Frukt, Andre matvarer og Mineralvann, leskedrikker og juice gikk ned, mens Fisk, Melk, ost og egg, Grønnsaker, Sukker, sjokolade og gruppen Kaffe, te og kakao (økte kakaopriser) gikk opp.

Fra desember 2004 til februar 2005, gikk matprisene opp med 1,1 prosent (fra januar til februar 2005 gikk matprisene opp med en prosent). Kjøtt som gikk ned fra desember 2004 til januar 2005 med 0,9 prosent (tilsvarende reduksjonen i merverdiavgift), gikk opp igjen fra januar til februar 2005 med hele 1,1 prosent.

Generelt sett synes ikke reduksjonen i merverdiavgift i særlig grad å ha kommet forbrukerne til gode. Vi ville kanskje ikke forventet en prisreduksjon på mat på 0,9 prosent, men vi ville i alle fall forventet at prisene gikk ned og ikke opp.

Fra 2003 til 2004 gikk matvareprisene ned i Sverige med 0,5 prosent, mens de i Norge økte med 1,8 prosent. Med stabil kronekurs kan vi risikere større prisforskjeller mellom Norge og Sverige på mat.

Innledning

1. januar 2005 ble merverdiavgiften endret januar 2005 (Stortingsvedtak 25. november 2004). Da gikk den generelle merverdiavgiftssatsen opp fra 24 prosent til 25 prosent, mens merverdiavgiften på matvarer ble redusert fra 12 prosent til 11 prosent. Det vil si at matprisene i prinsippet skal gå ned med 0,9 prosent dersom hele reduksjonen i merverdi kommer forbrukerne til gode, mens for produkter som har fått økt merverdiavgift fra 24 til 25 prosent, i prinsippet vil få en prisstigning på 0,8 prosent.

Det er også diskusjoner om prisene i Sverige. I Sverige hevdes det at Ica trapper opp matkrigen og tar sikte på å senke prisene med opptil 7 prosent. Sammen med prisnedslag hos Coop og Axfood fører dette til deflasjon (Aftenposten 28. februar 2005). Ica i Sverige har en markedsandel på over 50 prosent når vi kun ser på de fire store kjedene der; Ica, Coop Sverige, Axfood og Bergendahlsgruppen (Dagligvarehandelen: Hvem er hvem i nordisk dagligvarehandel, nr 2 2004).

Vi presenterer derfor noen enkle oversikter over konsumprisindeksen i Sverige og Norge.

Det har også vært mye fokus på pris i forbindelse med Lids inntog på det norske marked. Lidl åpnet sine første butikker i Finland den 29. august 2002, i Sverige september 2003, og i Norge september 2004. Noe av diskusjonen rundt den nye matvarekjeden er at den vil ha betydning for konkurransen. Dette kan gi seg utslag i lavere pris generelt, lavere pris i områder der Lidl er etablert, eller at de andre aktørene i dagligvaremarkedet møter den nye utfordringen ikke bare på pris, men også langs andre parametere, som stort vareutvalg, ferskvarer, og mangfold i dagligvarebutikkene.

Lidl har vi tidligere diskutert i prosjektnotat nr 12 – 2004 (Randi Lavik: Lidl og konkurranse). I den konkluderte vi med at Lids etablering i Finland og Sverige hadde hatt liten betydning for den generelle prisutvikling, kanskje bortsett fra ølpriser i Sverige og ølprisene i Norge. Evt prisendringer har i så fall skjedd i områder der Lidl er etablert. I Norge har lite skjedd i forkant av Lids etablering mht til prisnivået målt ved konsumprisindeksen. Ett unntak er imidlertid ølprisene også her, som sank dramatisk høsten 2003. For non-food som vaskemidler og hygieneartikler, der man kan forvente sterkere konkurranse når Lidl kommer, har prisene økt noe i forkant. Hva som vil skje i etterkant av Lids etablering gjenstår derfor å se, om priskonkurransen kan avleses på konsumprisindeksen, eller om priskonkurransen vil skje lokalt i områder der Lidl er etablert. I så fall vil kjedene gå bort fra sin tidligere prispolitikk, med sentral prissetting og tilnærmet lik for hele landet. På den annen side er det ikke urimelig at kjedenes mottrekk mot Lidl, som eksempel innføring av "First Price" og "Number One" som ekstreme lave priser, etter hvert vil kunne avleses i den generelle prisutvikling. Foreløpig har vi ikke kunne avlese en slik effekt.

Sverige

Tabell 1: Konsumprisindeksen over ulike produktgrupper. 1980=100

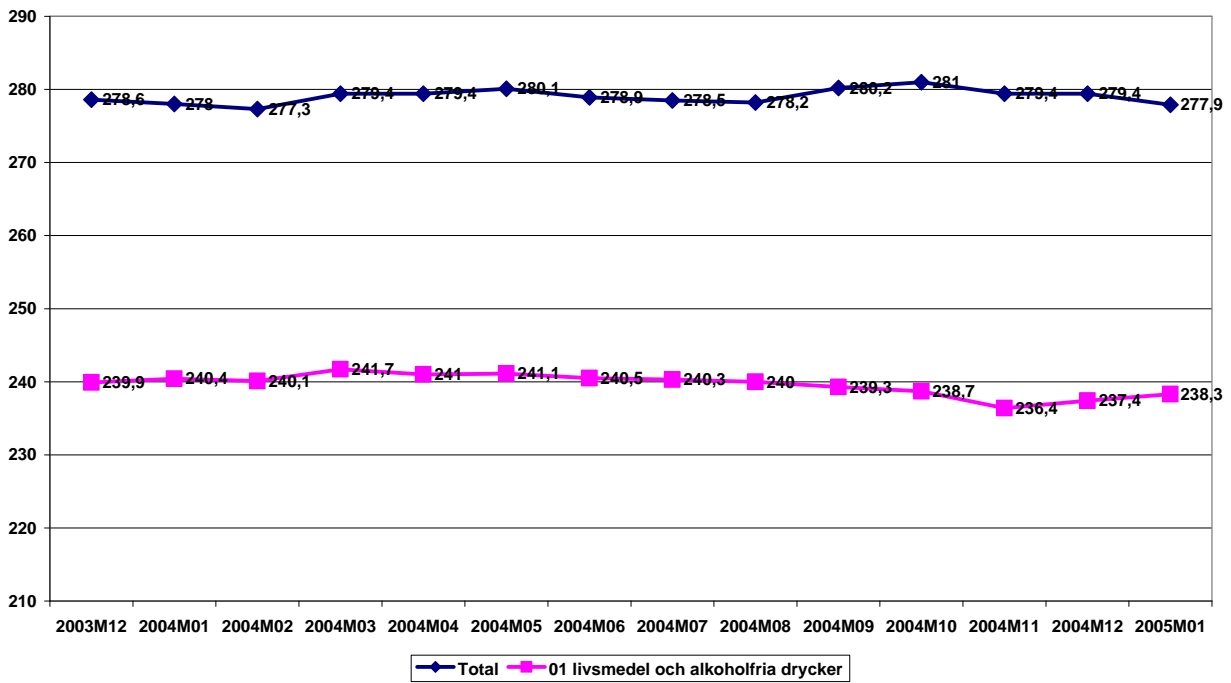
	2000	2001	2002	2003	2004	Prosentvis endring fra 2003 til 2004
01 livsmedel og alkoholfria drycker	226	232,5	240	240,8	239,7	-0,5
02 alkoholhaltige drycker och tobak	335,3	339,4	342,2	347,3	349,4	0,6
03 kläder och skor	158,8	162,9	164,5	164,5	161,4	-1,9
04 boende	292,1	303,6	312,1	325,6	326,2	0,2
05 inventarier och hushållsvaror	220,1	224,8	229	231,6	228,9	-1,2
06 hälso- och sjukvård	630,5	660,1	686	705,3	732	3,8
07 transport	323,8	324	328,7	334,7	347,3	3,8
08 post och telekommunikationer	230,7	230,4	227,8	224,5	214,6	-4,4
09 rekreasjon og kultur	196,2	197,9	197,8	197,4	194,5	-1,5
10 utbildning	..	0	0	0	0	
11 restauranger og logi	345,6	356,6	370,7	381	388,6	2,0
12 diverse varor og tjenester	254,7	264,9	277,4	286,6	295,4	3,1
Total	260,8	267,1	272,9	278,1	279,1	0,4

<http://www.scb.se/> (2/3-2005)

Matvareprisene i Sverige har gått noe ned fra 2003 til 2004, med 0,5 prosent, mens den totale indeksen i samme periode økte med 0,4 prosent. Andre varegrupper som har gått ned er klær og sko, inventar og husholdsvare, post og telekommunikasjon og rekreasjon og kultur.

Fra januar 2004 til januar 2005 gikk matvareprisene ned med 0,9 prosent (240,4 til 238,3), mens endringen i total konsumpris i samme periode var tilnærmet uendret. Reduksjon i matprisene i Sverige kan skyldes økt priskonkurransen.

Konsumprisindex Sverige 1980=100



Figur 1: Konsumprisindex matvarer og alkoholfri drikke og totalt. 1980=100

<http://www.scb.se/> (2/3-2005)

Norge

Tabell 2: Oversikt over konsumprisindeksen fra 1998 til 2004. 1998=100

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
KPI Totalindeks	100	102,3	105,5	108,7	110,1	112,8	113,3
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	100	102,9	104,8	102,8	101,1	104,5	106,4
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	100	103,1	110,4	114,2	113,3	114,6	123,6
Klær og skotøy	100	99,2	95	94,2	89	79,6	74,1
Bolig, lys og brensel	100	102,2	107,1	115	119,3	129,7	130
Møbler, husholdningsartikler og vedlikehold av innbo	100	101,3	101,9	102,7	103	102,2	100,4
Helsepleie	100	104,8	108,4	111,6	116,3	120,8	126,3
Transport	100	102,9	108,5	111,6	112,7	113,9	115,8
Post- og teletjenester	100	93,3	90	87	88,8	86,2	82,8
Kultur og fritid	100	102,2	103,8	104,7	105,8	105,6	105,7
Utdanning	100	104,8	110,2	117,7	127,6	135	141,5
Mat og alkoholfri drikke	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Brød og kornprodukter	100	102,5	103,8	100,4	98,7	102,7	104,5
Kjøtt	100	102,7	103,5	101,8	100	102,8	104,7
Fisk	100	106,8	112	113,5	112,7	114,6	115,1
Melk, ost og egg	100	101,3	102,3	98,3	96,9	101	103,2
Oljer og fett	100	103,2	105,1	103,2	103,3	110,7	115,6
Frukt	100	103,7	105	108,7	103,2	103,6	106
Grønnsaker, inkludert poteter og andre rotvekster	100	104,4	108,9	104,3	105	112,3	110,8
Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer	100	104,4	107,4	107,1	106,1	109,6	112,5
Andre matvarer	100	103,7	105,6	102,4	97,3	98,5	102,1
Kaffe, te, og kakao	100	92,8	92,2	87,2	80,3	77,8	78,3
Mineralvann, leskedrikker og juice	100	104,2	108,4	107,9	108,5	112,9	115,8

Kilde: www.ssb.no 10/3-2005

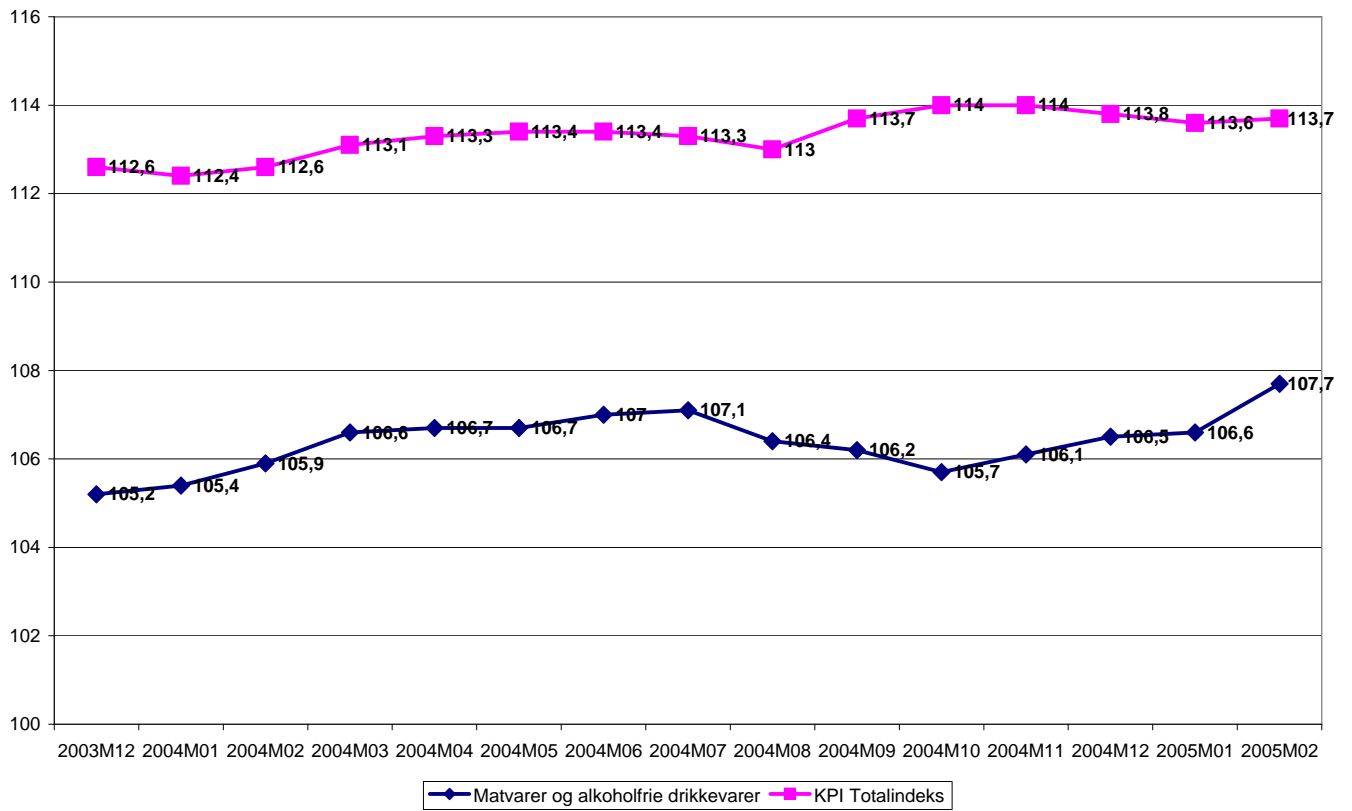
Tabell 3: Endring i prosent

	1998-1999	1999-2000	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004
Total	2,3	3,1	3,0	1,3	2,5	0,4
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	2,9	1,8	-1,9	-1,7	3,4	1,8
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	3,1	7,1	3,4	-0,8	1,1	7,9
Klær og skotøy	-0,8	-4,2	-0,8	-5,5	-10,6	-6,9
Bolig, lys og brensel	2,2	4,8	7,4	3,7	8,7	0,2
Møbler, husholdningsartikler og vedlikehold av innbo	1,3	0,6	0,8	0,3	-0,8	-1,8
Helsepleie	4,8	3,4	3,0	4,2	3,9	4,6
Transport	2,9	5,4	2,9	1,0	1,1	1,7
Post- og teletjenester	-6,7	-3,5	-3,3	2,1	-2,9	-3,9
Kultur og fritid	2,2	1,6	0,9	1,1	-0,2	0,1
Utdanning	4,8	5,2	6,8	8,4	5,8	4,8
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer						
Brød og kornprodukter	2,5	1,3	-3,3	-1,7	4,1	1,8
Kjøtt	2,7	0,8	-1,6	-1,8	2,8	1,8
Fisk	6,8	4,9	1,3	-0,7	1,7	0,4
Melk, ost og egg	1,3	1,0	-3,9	-1,4	4,2	2,2
Oljer og fett	3,2	1,8	-1,8	0,1	7,2	4,4
Frukt	3,7	1,3	3,5	-5,1	0,4	2,3
Grønnsaker, inkludert poteter og andre rotvekster	4,4	4,3	-4,2	0,7	7,0	-1,3
Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer	4,4	2,9	-0,3	-0,9	3,3	2,6
Andre matvarer	3,7	1,8	-3,0	-5,0	1,2	3,7
Kaffe, te, og kakao	-7,2	-0,6	-5,4	-7,9	-3,1	0,6
Mineralvann, leskedrikker og juice	4,2	4,0	-0,5	0,6	4,1	2,6

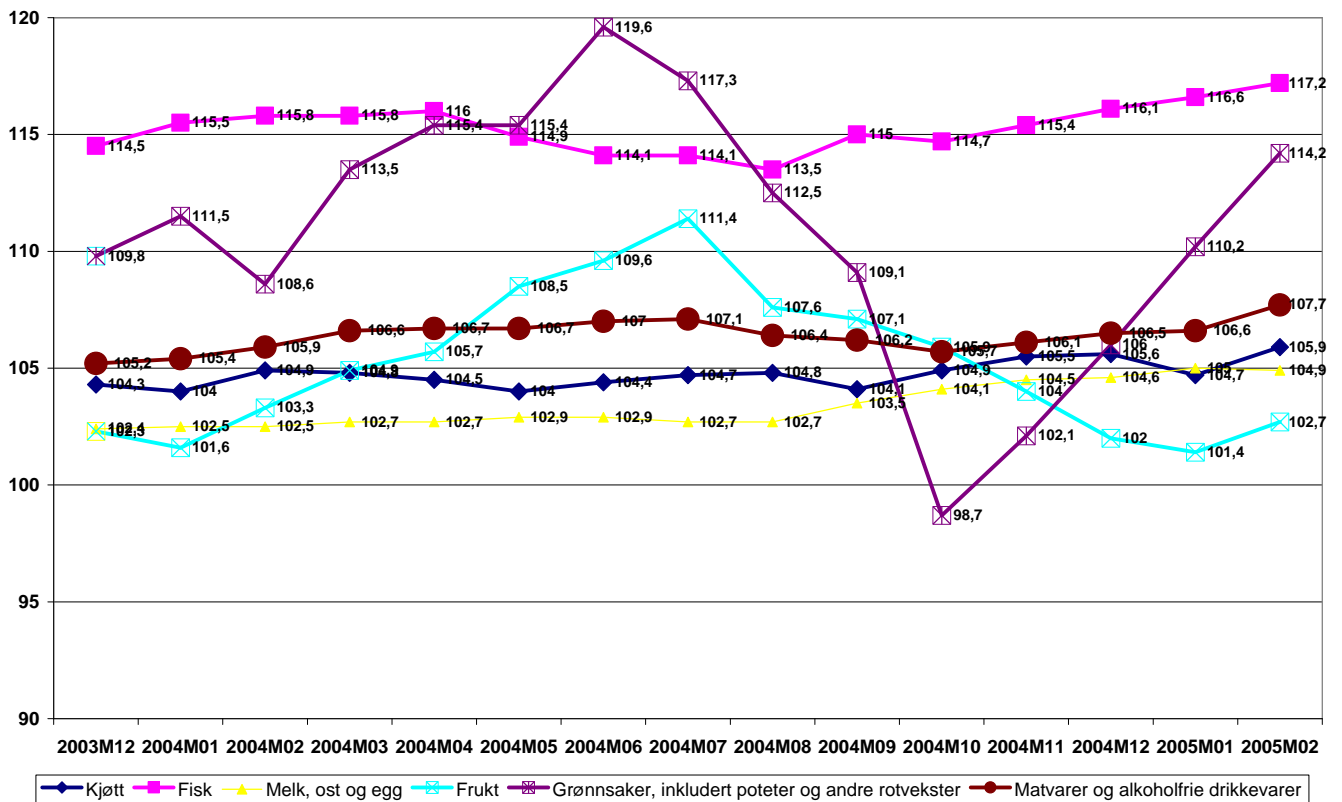
Kilde: www.ssb.no 10/3-2005

Hvis vi sammenligner 2003 med 2004, har matvareprisene økt med 1,8 prosent, mens prisene for produktgrupper som klær og skotøy, møbler og inventar og post- og teletjenester har gått ned i Norge som i Sverige. Klær og skotøy gikk imidlertid mer ned i Norge enn i Sverige. Det er altså grupper av produkter som det er mye import av at prisene går ned.

I Norge har prisene for matvarer isolert sett ikke gått ned, med unntak av perioder på høsten. Dette skyldes gjerne sesongmessige svingninger for frukt og grønt.



Figur 2: Konsumprisindeks Matvarer og alkoholfri drikke og totalindeks. 1998=100



Figur 3: Et utvalg av matvarer, og prisutvikling fra desember 2003 til februar 2005. KPI 1998=100

Matvareprisene gikk altså opp fra desember 2004 til januar 2005 for en rekke produktgrupper, og fortsatte å stige i februar 2005. En av grunnene til økningen i matvareprisene er en dramatisk økning i grønnsaksprisene. Nå er det vanlig at prisene på frukt og grønt varierer ganske mye, blant annet med sesongmessige svingninger, men den utviklingen som grønnsaksprisene har hatt senere tid ligner ikke tidligere utvikling. Perioden desember 2003 til februar 2004, gikk grønnsaksprisene ned, mens de i perioden desember 2004 til februar 2005 gikk grønnsaksprisene opp med 7,7 prosent (fra indeks 106 til 114,2). I oktober 2004 lå imidlertid grønnsaksprisene på det laveste, med 98,7, og hadde gått dramatisk ned fra 119,6 i juni 2004, en prosentvis nedgang på 17,5 prosent.

Tabell 4: Hovedgrupper: Endring fra desember 2003 til januar 2004, og endring fra desember 2004 til januar og februar 2005. 1998=100

	2003M12	2004M01	Prosent endring 2003M12-2004M01	2004M12	2005M01	2005M02	Prosent endring 2004M12 til 2005M01	Prosent endring 2004M12-2005M02
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	105,2	105,4	0,2	106,5	106,6	107,7	0,1	1,1
Alkoholholdige drikkevarer og tobakk mv.	112,8	122,6	8,7	124,4	126,8	126,8	1,9	1,9
Klær og skotøy	78,6	70,8	-9,9	75,9	68	67,1	-10,4	-11,6
Bolig, lys og brensel	130,5	130,4	-0,1	130,7	131,1	130	0,3	-0,5
Møbler, husholdningsartikler og vedlikehold av innbo	101,9	100,1	-1,8	99,6	97,9	100,1	-1,7	0,5
Helsepleie	122,6	125,1	2,0	127,2	128,3	128,5	0,9	1,0
Transport	112,3	113	0,6	116,4	118,1	118,6	1,5	1,9
Post- og teletjenester	84	84	0,0	82,1	80,5	81,1	-1,9	-1,2
Kultur og fritid	104,5	105,4	0,9	105,7	106,4	106,4	0,7	0,7
Utdanning	141,1	141,1	0,0	142,3	142,3	142,3	0,0	0,0
Hotell- og restauranttjenester	120,9	121,6	0,6	122,9	123,8	124	0,7	0,9
Andre varer og tjenester	119,4	120,1	0,6	120,4	121,4	121,9	0,8	1,2
KPI Totalindeks	112,6	112,4	-0,2	113,8	113,6	113,7	-0,2	-0,1

Tabell 5: Undergrupper mat: Endring fra desember 2003 til januar 2004, og endring fra desember til januar og februar 2005. 1998=100

	2003 M12	2004 M01	Endring i prosent	2004 M12	2005 M01	2005 M02	Endring prosent 2004M12-2005M01	Endring i prosent 2004M12-2005M02
Brød og kornprodukter	103,7	103,8	0,1	105,3	105	105,4	-0,3	0,1
Kjøtt	104,3	104	-0,3	105,6	104,7	105,9	-0,9	0,3
Fisk	114,5	115,5	0,9	116,1	116,6	117,2	0,4	0,9
Melk, ost og egg	102,4	102,5	0,1	104,6	105	104,9	0,4	0,3
Oljer og fett	111,1	111,3	0,2	116,5	115,3	115,9	-1,0	-0,5
Frukt	102,3	101,6	-0,7	102	101,4	102,7	-0,6	0,7
Grønnsaker, inkludert poteter og andre rotvekster	109,8	111,5	1,5	106	110,2	114,2	4,0	7,7
Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer	110,9	111,5	0,5	113	113,1	114,7	0,1	1,5
Andre matvarer	99,8	100	0,2	102,9	102,3	103,3	-0,6	0,4
Kaffe, te, og kakao	76,8	77,5	0,9	79,1	80,2	83,7	1,4	5,8
Mineralvann, leskedrikker og juice	114,8	115,1	0,3	117	115,7	116,1	-1,1	-0,8
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	105,2	105,4	0,2	106,5	106,6	107,7	0,1	1,1
KPI Totalindeks	112,6	112,4	-0,2	113,8	113,6	113,7	-0,2	-0,1

For matvarer steg prisene med 0,2 prosent fra desember 2003 til januar 2004. Fra desember 2004 til januar 2005 steg matvareprisene med 0,1 prosent, det vil si at de steg med omtrent det samme som året før selv etter at merverdiavgiften på mat gikk ned med 1 prosentpoeng (0,9 prosent). Så langt synes ikke reduksjonen av merverdiavgiften å ha kommet forbrukerne til gode. Konsumprisindeksen for februar viser ellers en kraftig økning for matvarer, fra indeks på 106,6 i januar 2005 mot 107,7 for februar 2005. Dette gir en prosentvis økning på en prosent, mens økningen fra desember 2004 til februar 2005 er på 1,1 prosent. Tilsvarende økning i desember 2003 til februar 2004, var på 0,7 prosent, i en periode uten merverdiavgiftsreduksjon.

Hvis vi ser på undergruppene av matvarene, har kjøtt gått ned med 0,9 prosent fra desember 2004 til januar 2005, samt at oljer og fett, og frukt gikk ned. Gruppen "Andre matvarer" har også gått ned, sammen med gruppen "mineralvann, leskedrikker og juice". Det er altså grønnsaker som mest bidrar til en prisøkning på mat, sammen med fisk, gruppen melk, ost og egg, gruppen "kaffe, te og kakao", men denne siste gruppen veier lite i konsumprisindeksen (2,9 promille mot 10,3 promille for grønnsaker, melk, ost og egg 16,9 promille, fisk 7 promille).

Ser vi nærmere på KPI for enkelte varegrupper (siste tabell), er det 63 av 109 matvarer som gikk ned fra desember 2004 til januar 2005, mens for 46 økte prisene. Enkelte grønnsaker økte med svært mye, som kålrot, blomkål og agurker. Egg økte med 2,5 prosent, lettmeik økte med 1,2 prosent. Selv om varegruppen som sådan har økt, er det også enkeltprodukter der prisene har gått ned. Som eksempel gikk Gudbrandsdalsost ned med 2,3 prosent og meierismør gikk ned med 4,5 prosent. Gruppen Kaffe, te og kakao gikk som gruppe opp, men det skyldes i hovedsak kakaoprisene som økte med svært mye, mens prisene på kaffe og te gikk ned.

Tabell 6: Konsumprisindekse for ulike matvaregrupper fra desember 2003 til januar 2004. 1998=100

	2003M12	2004M01	2004M02	2004M03	2004M04	2004M05	2004M06
Brød og kornprodukter	103,7	103,8	104,3	104,4	104,4	104,4	104,2
Kjøtt	104,3	104	104,9	104,8	104,5	104	104,4
Fisk	114,5	115,5	115,8	115,8	116	114,9	114,1
Melk, ost og egg	102,4	102,5	102,5	102,7	102,7	102,9	102,9
Oljer og fett	111,1	111,3	113,5	115,1	115,4	115,7	115,5
Frukt	102,3	101,6	103,3	104,9	105,7	108,5	109,6
Grønnsaker, inkludert poteter og andre rotvekster	109,8	111,5	108,6	113,5	115,4	115,4	119,6
Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer	110,9	111,5	112,3	112,9	113,5	112,5	111,7
Andre matvarer	99,8	100	103	101,7	102,4	102,7	102,3
Kaffe, te, og kakao	76,8	77,5	75,8	79,7	79,6	79,1	78,9
Mineralvann, leskedrikker og juice	114,8	115,1	116,2	116,2	114,7	115,3	115,3
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	105,2	105,4	105,9	106,6	106,7	106,7	107
KPI Totalindeks	112,6	112,4	112,6	113,1	113,3	113,4	113,4
	2004M07	2004M08	2004M09	2004M10	2004M11	2004M12	2005M01
Brød og kornprodukter	104,7	104,5	104,5	105	104,8	105,3	105
Kjøtt	104,7	104,8	104,1	104,9	105,5	105,6	104,7
Fisk	114,1	113,5	115	114,7	115,4	116,1	116,6
Melk, ost og egg	102,7	102,7	103,5	104,1	104,5	104,6	105
Oljer og fett	117,1	117,1	117,1	116,2	116,1	116,5	115,3
Frukt	111,4	107,6	107,1	105,9	104	102	101,4
Grønnsaker, inkludert poteter og andre rotvekster	117,3	112,5	109,1	98,7	102,1	106	110,2
Sukker, syltetøy, sjokolade og andre sukkervarer	112,1	111,9	112,8	112,5	113	113	113,1
Andre matvarer	101,7	101,4	101,6	102,5	102,8	102,9	102,3
Kaffe, te, og kakao	79,5	78,2	77,2	77,6	77,8	79,1	80,2
Mineralvann, leskedrikker og juice	115,5	116	115,7	116,4	116,7	117	115,7
Matvarer og alkoholfrie drikkevarer	107,1	106,4	106,2	105,7	106,1	106,5	106,6
KPI Totalindeks	113,3	113	113,7	114	114	113,8	113,6

Kilde: www.ssb.no 2/3-2005

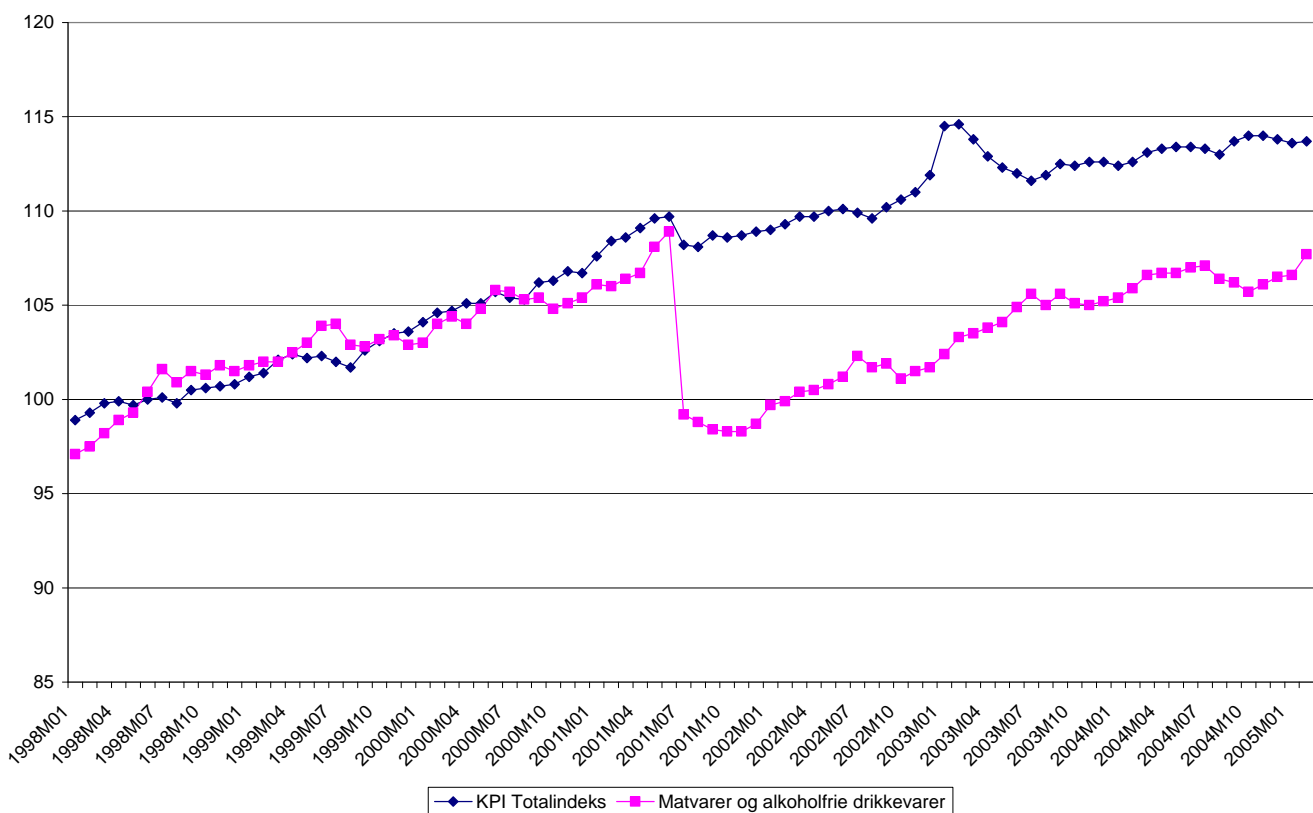
Tabell 7: Et utvalg av matvarer

	2004M12	2005M01	2005M02	Prosent endring fra 2004M12 til 2005M01	Prosent endring fra 2004M12-2005M02
1 Hvetemel, finsiktet, pakket, pose 2 kg	86	85,5	85,9	-0,6	-0,1
2 Havregryn, pressede, vanlige, pakket, pose 3/4 kg	61,5	63,3	63,1	2,9	2,6
3 Knekkebrød, pakke Ca. 250 g	90,8	86	86,9	-5,3	-4,3
4 Kjeks, Marie, Sætre, pakke Ca. 200 g	120,9	120,8	121,3	-0,1	0,3
5 Flatbrød, Korn, pakke 300 g	60,3	63,6	63	5,5	4,5
6 Kjeks, Cream Cracker, Sætre, pakke 250 g	107,1	100,6	105	-6,1	-2,0
7 Hveteloff, vanlig, stk. Ca. 500 g	107,4	107,5	107,8	0,1	0,4
8 Grovbrød, stk. Ca. 500 g	123,8	123	126,1	-0,6	1,9
9 Rundstekt husholdningsbrød, stk. Ca. 750 g	115,2	112,4	116,1	-2,4	0,8
10 Kneippbrød, stk. Ca. 750 g	101,6	101,9	101,9	0,3	0,3
11 Hveteboller, vanlige, uten rosiner, poser a 8 stk, pose	121,6	119,4	121,2	-1,8	-0,3
12 Wienerbrød, vanlige, ca. 32 g Stk	128,2	128,2	128,7	0,0	0,4
13 Potetmel, pakket, pose 1/2 kg	91,8	92	93,5	0,2	1,9
14 Okse, mellommørbrad Kg	127,1	125,7	134,4	-1,1	5,7
15 Lam, stek med mørbrad Kg	113	110,6	112,1	-2,1	-0,8
16 Svin, skinkestek uten knoke Kg	108,5	107,9	107,4	-0,6	-1,0
17 Svin, midtkoteletter uten spekk Kg	103,3	109,5	103,8	6,0	0,5
18 Okse, høyrygg Kg	90,6	94,3	92,7	4,1	2,3
19 Okse, bibringe/bryst Kg	114,9	117,2	118	2,0	2,7
20 Okselever Kg	88,1	87,8	87,9	-0,3	-0,2
21 Reinsdyrkjøtt, stek, surret Kg	128,5	129	128,9	0,4	0,3
22 Svin, sideflesk uten ben, lettsaltet Kg	114,2	107,5	108,5	-5,9	-5,0
23 Spekeskinke med ben Kg	98,8	99,2	99,5	0,4	0,7
24 Salami, vakuumpakket, Kg	88,1	88,6	91,1	0,6	3,4
25 Fenalår med ben Kg	123,3	124	122,6	0,6	-0,6
26 Fårepølse, kval. 1, vakuumpakket. Kg	113,6	110,4	110,3	-2,8	-2,9

		<i>2004M12</i>	<i>2005M01</i>	<i>2005M02</i>	<i>Prosent endring fra 2004M12 til 2005M01</i>	<i>Prosent endring fra 2004M12- 2005M02</i>
27	Kjøttkaker, hermetiske 1/1 boks	95,3	95	95,3	-0,3	0,0
28	Kjøttdeig, vanlig, forbrukerpakket Kg	92,7	92,1	93,9	-0,6	1,3
29	Kjøttpølser, kokte og røkte Kg	122,3	116,9	111,4	-4,4	-8,9
30	Grillpølser, vakuumpakket Kg	89,4	89,1	88,9	-0,3	-0,6
31	Kokt skinke, vakuumpakket, oppgi kilopris Kg	113	112,2	114,3	-0,7	1,2
32	Leverpostei, fersk, forbrukerpakket 100 g	136,6	136,3	136,3	-0,2	-0,2
33	Karbonadedeig Kg	99,9	99,4	100,7	-0,5	0,8
34	Medisterpølse, kokt Kg	89,7	96,7	92,9	7,8	3,6
35	Okserull, vakuumpakket, Kg	93,3	93,1	93,9	-0,2	0,6
36	Sei, fersk, renskåret filet Kg	108,7	110,2	109	1,4	0,3
37	Torsk, over 1,5 kg, uten hode og innmat Kg	155,6	156,6	157,5	0,6	1,2
38	Kveite, stor (over 6 kg), oppskåret Kg	137,1	136,7	138,9	-0,3	1,3
39	Torsk, fersk, renskåret filet Kg	127,2	127,6	126,3	0,3	-0,7
40	Torsk, dypfrost filet, pakke Ca. 400 g	133,3	133,1	127,4	-0,2	-4,4
41	Torsk, panetter, dypfrost, pakke Ca. 400 g	122,1	121,4	120,3	-0,6	-1,5
42	Sei, dypfrost filet, pakke Ca. 400 g	117,8	116,6	109,5	-1,0	-7,0
43	Torsk, sprengt filet med øreben og skinn Kg	151,8	156,6	151,5	3,2	-0,2
44	Torsk, klippfisk, pakke Ca. 500 g	132,9	132,7	132,7	-0,2	-0,2
45	Torsk, røkt filet med øreben og skinn Kg	152,2	157,8	156,9	3,7	3,1
46	Saltet fetsild med hode, i løs vekt Kg	145,1	145,1	145,1	0,0	0,0
47	Fiskepudding, vanlig (ikke kremfløte) 800g	88,5	89,4	89,7	1,0	1,4
48	Torskerogn, hermetisk 1/1 boks	134,3	133,3	141,1	-0,7	5,1
49	Fiskeboller, hyse, hermetiske 1/1 boks	101,8	101,6	100,4	-0,2	-1,4
50	Gaffelbiter 1/16 boks	107,3	106,8	107,7	-0,5	0,4
51	Makrellfilet i tomat 1/3 boks	106,2	106,5	110,2	0,3	3,8
52	Krabbe, naturell ¼ boks	109,4	108,9	113,6	-0,5	3,8
53	H-melk	110,3	109,9	109,8	-0,4	-0,5
54	Skummet kulturmelk	132,4	131,9	133,1	-0,4	0,5
55	Lettmelk I	110,8	112,1	112,2	1,2	1,3
56	Kremfløte, 38%	103,8	104	102,5	0,2	-1,3

		2004M12	2005M01	2005M02	<i>Prosent endring fra 2004M12 til 2005M01</i>	<i>Prosent endring fra 2004M12- 2005M02</i>
57	Yoghurt med frukt eller bær, lite beger 175 ml	114,9	114,8	115,5	-0,1	0,5
58	Skummet melk	109,6	109,2	109,2	-0,4	-0,4
59	Norvegia, 27%	97,5	97,5	97,3	0,0	-0,2
60	Nøkkelost, 27%	107,2	106,9	107	-0,3	-0,2
61	Gudbrandsdalsost, helfet, G 35, pakke Kg	88,7	86,7	86,4	-2,3	-2,6
62	Jarlsbergost F 45 Kg	90,6	90,1	89,1	-0,6	-1,7
63	Fløtemysost, helfeit, F 33, pakke Kg	92,7	93	92,1	0,3	-0,6
64	Primula, eske 125 g	37,4	42,8	45,1	14,4	20,6
65	Egg, kartong a 12 stk. 750 g	106,1	108,7	108,7	2,5	2,5
66	Meierismør, normalsaltet, pakke ½ kg	102,5	97,9	103,3	-4,5	0,8
67	Soya light, 400 g	110,9	110,7	110,8	-0,2	-0,1
68	Margarin, animalsk ½ kg	126,4	125,2	125,4	-0,9	-0,8
69	Margarin, plantemargarin ½ kg	113,3	112,1	112,1	-1,1	-1,1
70	Appelsiner Kg	111,4	111,7	112,9	0,3	1,3
71	Epler, utenlandske, første sort Kg	91,4	93,3	91,2	2,1	-0,2
72	Bananer Kg	108,9	105,6	107,5	-3,0	-1,3
73	Rosiner, Sun-Maid, i pakke 250 g	113	112,6	112,6	-0,4	-0,4
74	Aprikoser, spanske, ex choice, pakke Ca. 250 g	106,8	106,6	106,7	-0,2	-0,1
75	Hermetisk ananas 1/1 boks	94,7	92,4	95,6	-2,4	1,0
76	Poteter, løs vekt Kg	112,1	116,7	113,3	4,1	1,1
77	Poteter, pakket, pose 2 ½ kg	121,5	128,2	132,7	5,5	9,2
78	Kålrot Kg	61	81,7	81,4	33,9	33,4
79	Blomkål (pris pr. kg, ikke pr. stk.) Kg	122,4	134,6	139,1	10,0	13,6
80	Gulrøtter i plastpose, oppgi vekt i g	100,6	98,1	105,6	-2,5	5,0
81	Løk (vanlig matløk, ikke sjalottløk) Kg	86,3	91,2	91,2	5,7	5,7
82	Agurker (slange-), kl. 1 Kg	77,8	85,4	110,5	9,8	42,0
83	Tomater, kl. 1 Kg	105,2	107,2	110,1	1,9	4,7
84	Erter, husholdnings-, hermetiske 1/1 boks	115,4	114,9	115,4	-0,4	0,0
85	Surkål i pakke 450 g	91,2	99,3	100,3	8,9	10,0
86	Rødbeter, glass Ca. 600 g	95,3	94,6	96,2	-0,7	0,9
87	Farin, pakket, pose Kg	89,2	88,9	89,4	-0,3	0,2
88	Raffinade, pakket ½ kg	100,3	100,8	100,7	0,5	0,4
89	Aprikoskompott i plastpose Ca. 500 g	104,2	100,9	103,8	-3,2	-0,4

		2004M12	2005M01	2005M02	<i>Prosent endring fra 2004M12 til 2005M01</i>	<i>Prosent endring fra 2004M12- 2005M02</i>
90	Jordbærsyltetøy, kartong 1 Kg	116	116	116	0,0	0,0
91	Tyttebærsyltetøy, glass 700 g	89	89,8	99,3	0,9	11,6
92	Appelsinmarmelade, glass 250 g	105,4	103,4	104,4	-1,9	-0,9
93	Bringebærsyltetøy, glass 700 g	99,4	99,1	99,5	-0,3	0,1
94	Sirup 1/2 kg	37,9	42,7	42,6	12,7	12,4
95	Sjokolade, vanlig, norsk kokesjokolade Plate	95,7	95,4	95,4	-0,3	-0,3
96	Twist, stor pose, Pose	114,2	114,5	114,8	0,3	0,5
97	Ertesuppe i pose Pose	90,8	90,2	90,2	-0,7	-0,7
98	Meksikansk gryte i pose, Pose	108,2	108,6	108,9	0,4	0,6
99	Mills majones, plastpose Ca. 160 g	125,6	125,9	128,1	0,2	2,0
100	Italiensk salat, i plastemballasje 250 g	111,6	108,5	111,3	-2,8	-0,3
101	Husholdningssalt, pakke Kg	91,8	91,4	91,4	-0,4	-0,4
102	Tomatsuppe, vanlig, pose Pose	93,8	92,5	95	-1,4	1,3
103	Barnemat, kjøtt med grønnsaker, glass 135 g	98,9	98,2	98	-0,7	-0,9
104	Barnegrøt, pakke Ca. 500 g	55	54,1	63,1	-1,6	14,7
105	Eddik, Idun 7% 1/2 fl.	85,1	84,6	85,7	-0,6	0,7
106	Kakao, pakke 1/4 kg	49,8	58,6	62,8	17,7	26,1
107	Te, pakke 200 g	100,8	99,2	98,6	-1,6	-2,2
108	Kaffe, brent Kg	86,3	84,6	88,4	-2,0	2,4
109	Husholdningssaft, flaske 0,7 l	102,7	97,5	101,3	-5,1	-1,4



Figur 5: Konsumprisindeksen for mat og alkoholfri drikke og totalindeks fra januar 1998 til februar 2005. 1998=100

1998=100. Denne figuren viser prisutviklingen på mat og alkoholfri drikke og total prisutvikling fra 1998 og frem til i dag (februar 2005). Vi ser merverdiavgiftsreduksjonen i juli 2001 slo ut i markert lavere priser. Prisutviklingen etter reformen skiller seg imidlertid ikke spesielt ut sammenlignet med prisutviklingen tidligere. Man må forvente en viss prisoppgang. Hvis ikke merverdiavgiften hadde blitt redusert 1. juli 2001, ville prisnivået på mat i dag ligget over den totale konsumprisindeksen.

Man må også forvente en viss prisøkning på mat sammenlignet på prisnivået generelt, ettersom mye av maten produseres i Norge med økte kostnader, mens for den generelle prisutviklingen er mange av produktene importerte fra lavprisland, noe som gir en prisnedgang for en rekke produktgrupper, noe som igjen slår ut i en moderat prisutvikling. På den annen side kan vi ikke registrere særlige effekter fra økt priskonkurranse som har vært mye fokusert i media.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.