

# Mejeriers leveransplikt

I vissa länder kan konkurrensvårdande myndigheter kräva att marknadsdominerande mejeriföreningar ska leverera mjölk till andra mejeriföretag, som behöver en större mängd råvara. I Sveriges har sådana åtgärder knappast diskuterats.

I Nya Zeeland åläggs Fonterra, som tar emot 86 procent av landets mjölk, att sälja upp till fem procent av sin mjölkinvägning till andra mejeriföretag. Syftet är att stimulera konkurrensen. Myndigheterna satte upp detta villkor för att Fonterra skulle tillåtas att etableras genom "megafusionen" år 2001. En handfull mjölkförädlade företag köper nu mjölk från Fonterra för att komplettera sin egen mjölkinvägning från bönder.

### GLOBAL DAIRY TRADE

Det pris, som dessa företag betalar till Fonterra, kan sägas vara ett marknadspris och då är det världsmarknaden som gäller. Det är samma pris, som Fonterra betalar till sina medlemmar. Priset är så pass lågt därför att Fonterra som en kooperativ förening har som uppgift att betala högsta möjliga avräkningspris till medlemmarna. Då skulle det vara ett konkurrenshinder, om andra förädlingsföretag måste betala mera.

Tekniskt sett finns det en beräkningsmodell. Denna nyckel är en funktion av ett genomsnitt av auktionspriserna under det senaste året för fem bestämda mejeriprodukter. Den auktion som då ger underlaget är den nyzeeländska auktionen Global Dairy Trade.

### INTERNATIONELLA STORFÖRETAG

De förädlingsföretag, som köper råvara från Fonterra till ett världsmarknadspris, är inte några småföretag som riktar sig mot en lokal efterfrågan. De som köper från Fonterra är internationella storföretag. Det franska Danone och nederländska FrieslandCampina är välkända. Dessutom har tre kinesiska mejeriföretag, Yili, Yashilli samt SFL Holdings, etablerat fabriker som förädlar mjölk från Fonterra.

### VALIO FÖRLORADE MÅLET

Denna nyzeeländska modell fungerar inte för dominerande mejeriföretag i Europa. Det finska Konkurrens- och konsumentverket har anklagat Valio för att prisdumpa sin dryckesmjölk för att på så sätt pressa ut Arla Ingman från dagligvarubutikerna. Valio förre vd har i ett vida spritt e-mail deklarerat att de ägnar sig åt prisdumpning. Valio förlorade målet i alla instanser. Högsta förvaltningsdomstolen beslöt i december 2016 att Valio skulle betala en påföljdsavgift på 70 miljoner euro.

### VAD ÄR ETT SKÄLIGT PÅLÄGG?

Konkurrens- och konsumentverket har även hävdad att Valio kräver ett alltför högt pris, när företaget erbjuder mjölk till

andra mejeriföretag. Arlas finska dotterföretag Ingman ställde i november 2014 ett skadeståndsanspråk på Valio i Helsingfors tingsrätt. Arla Ingman, som är den näst största aktören på den finska mejerimarknaden, anser sig missgynnad av Valios prissättning på mjölk. Också fem småmejerier begär ett stort belopp i skadestånd från Valio.

Avgörande är det pris, som Arla Ingman och småmejerierna ska betala till Valio. Det ska vara något slags självkostnadspris men ett sådant är inte lätt att fastställa. Det är en grannliga uppgift att avgöra. Om priset faktiskt svarar till Valios rörliga kostnader plus ett måttligt pålägg, kan man inte hävda att Valio missbrukat sin dominerande marknadsställning, men vad är ett skäligt pålägg?

### GÅ ÖVER TILL KONKURRENTERNA

Det finns ett tredje exempel på att dominerande mejeriföreningar kan tvingas sälja mjölk till konkurrenter. Frågan uppstod när Friesland och Campina fusionerade år 2008. Europeiska Kommissionen krävde då åtgärder för att stimulera konkurrensen på den nederländska mejerimarknaden. Ett krav var att nya konkurrenter fick förvärva två produktionsanläggningar och två varumärken. Ett annat krav var att det skulle göras något för att de nya företagen skulle få tillräckligt med råvara.

Enligt avtalet mellan Europeiska Kommissionen och FrieslandCampina skulle nya mjölkförädlade företag behöva ha 1,2 miljarder kilo mjölk. Detta uppnåddes genom att FrieslandCampina stimulerade sina medlemmar att gå över till de nya konkurrenterna. FrieslandCampina betalade ett pristillägg på fem euro per hundra kilo till dessa medlemmar.

### TIDSBEGRÄNSAT AVTAL

Om inte en tillräckligt stor mjölkvolym flyttades över till de nya konkurrenterna, skulle FrieslandCampina sälja mjölk så att volymen kom upp till 1,2 miljarder kilo. Priset skulle vara detsamma som FrieslandCampina betalar till sina medlemmar. Därmed slapp de avtala om vilket som är det rätta priset. Regelverket var i kraft fram till dess att de nya företagen hade kommit upp i en sammanlagd volym på 1,2 miljarder kilo. Avtalet var alltså tidsbegränsat och det är numera överspelat.

Jerker Nilsson, Institutionen  
för ekonomi, SLU Uppsala

