



Statens landbruksforvaltning
Norwegian Agricultural Authority

Rapport-nr.: 22/2012
31.10.2012

Evaluering av konkurransopolitiske tiltak i prisutjevningsordningen for melk





Statens landbruksforvaltning
Norwegian Agricultural Authority

Rapport:	Evaluering av konkurransepolitiske tiltak i prisutjevningsordningen for melk
Avdeling:	AHA
Dato:	31.10.12
Ansvarlig:	Elsebeth Hoel
Bidragstere:	Lise Wirstad Dynna, Lars Folland, Mari Holteberg Vold, Hans Kjetil Bjørnøy og Sigurd-Lars Aspesletten
Rapport-nr.:	2012/22

Innholdsfortegnelse

Innholdsfortegnelse	3
Sammendrag	8
1 Innledning.....	11
1.1 Bakgrunn for arbeidet.....	11
1.2 Mandat.....	12
1.3 Avgrensninger og tolkning av mandat	12
1.4 Overordnede føringer for evalueringen.....	13
1.5 Organisering og datainnsamling.....	14
1.6 Oppbygging av rapporten.....	15
2 Kartlegging.....	16
2.1 Prisutjevningsordningen for melk	16
2.2 Andre tiltak under markedsordningen for melk som kan ha betydning for konkurransen.....	18
2.3 Konkurranserettete tiltak fra 2007.....	18
2.3.1 Tiltakene med differensierte avgifter/tilskudd	19
2.3.2 Særskilt distribusjonstilskudd for Q-meieriene AS	20
2.3.3 Spesiell kapitalgodtgjørelse.....	21
2.3.4 Utvikling i de konkurranserettete tiltakene – økonomisk sett	22
2.4 Utvikling i markedet for meieriprodukter	24
2.4.1 Verdikjeden i meierisektoren	24
2.4.2 De ulike markedene.....	25
2.4.3 Utvikling i totalmarked og capitaforbruk.....	26
2.4.4 Norsk produksjon	29
2.4.4.1 Utvikling på primærleddet	29
2.4.4.2 Hvordan anvendes norsk melk?	29

2.4.4.3	Utvikling per pris- og biproduktgruppe	30
2.4.5	Import	32
2.4.5.1	Økt import av yoghurt.....	34
2.4.5.2	Import av smør for å sikre forsyning til markedet	35
2.4.5.3	Importen av ost øker	35
2.4.6	Eksportutvikling	36
2.4.6.1	Eksport av ost.....	37
2.4.7	Priser og kostnader	37
2.4.7.1	Utvikling i råvarekostnad.....	37
2.4.7.2	Utvikling i priser på sluttprodukt	39
2.4.7.3	Overvåkingsordningen i meierisektoren	41
2.4.8	Andre trekk ved markedet for meieriprodukter.....	42
2.4.8.1	Nylanseringer	42
2.4.8.2	Egne merkevarer (EMV).....	42
2.5	Aktørene i prisutjevningsordningen	43
2.5.1	Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU.....	44
2.5.2	Økonomiske nøkkeltall.....	44
2.5.3	Tine SA.....	46
2.5.3.1	Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU	46
2.5.3.2	Økonomi	49
2.5.3.3	Innspill fra Tine – en oppsummering	50
2.5.4	Q-meieriene AS.....	51
2.5.4.1	Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU	51
2.5.4.2	Økonomi	54
2.5.4.3	Innspill fra Q-meieriene – en oppsummering	56
2.5.5	Synnøve Finden AS.....	57

2.5.5.1	Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU	58
2.5.5.2	Økonomi	60
2.5.5.3	Innspill fra Synnøve Finden – en oppsummering	61
2.5.6	Normilk AS	62
2.5.6.1	Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU	62
2.5.6.2	Økonomi	64
2.5.6.3	Innspill fra Normilk – en oppsummering.....	65
2.5.7	Rørosmeieriet AS	65
2.5.7.1	Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU	65
2.5.7.2	Økonomi	67
2.5.7.3	Innspill fra Rørosmeieriet – en oppsummering.....	68
2.5.8	Lillehammer Ysteri AS (Mills DA).....	68
2.5.8.1	Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU	68
2.5.8.2	Økonomi	70
2.5.8.3	Innspill fra Lillehammer Ysteri.....	70
2.5.9	Kraft Foods Norge AS.....	70
2.5.9.1	Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU	70
2.5.9.2	Økonomi	72
2.5.9.3	Innspill fra Kraft Foods – en oppsummering	72
2.6	Distribusjon	72
2.6.1	Tines distribusjon av flytende meieriprodukter.....	73
2.6.2	Q-meieriens distribusjon av flytende meieriprodukter	73
2.6.3	Rørosmeieriets distribusjon av flytende produkter.....	73
2.7	Utvikling i melk fra egne produsenter.....	74
3	Vurderinger.....	75
3.1	Gradvis økte andeler til Q-meieriene og større fleksibilitet i kvoteordningen.....	75

3.2	Utvikling i volumer og markedsandeler i produktmarkedene.....	75
3.2.1	Utfordrerne til Tine øker innenfor drikkemelk.....	77
3.2.2	Økt konkurranse i ostemarkedet.....	78
3.2.3	Økt importkonkurranse på yoghurt	79
3.2.4	To norske produsenter av tørrmelk.....	80
3.2.5	Variierende omsetningsvekst.....	80
3.3	Vurdering av nøkkeltall og økonomiske resultater	82
3.3.1	Bedrede driftsmarginer.....	83
3.3.2	Styrket egenkapitalrentabilitet.....	87
3.3.3	Lavt likviditetsbehov	91
3.3.4	Variierende egenkapitalandeler	91
3.3.5	Positive kontantstrømmer	93
3.3.6	Bedret økonomi i meieriindustrien.....	94
3.4	Vurdering av tiltaket med differensierte avgifter/tilskudd (25-øring).....	94
3.4.1	Vurdering av effekten av det konkurransepolitiske tiltaket.....	94
3.4.2	Vurdering av behov for endringer i tiltaket	96
3.5	Vurdering av særskilt distribusjonstilskudd for Q-meieriene AS	97
3.5.1	Vurdering av effekten av det konkurransepolitiske tiltaket.....	97
3.5.2	Vurdering av behov for endringer i tiltaket.....	98
3.6	Vurdering av spesiell kapitalgodtgjørelse	100
3.6.1	Vurdering av effekten av det konkurransepolitiske tiltaket etter 2007.....	100
3.6.2	Vurdering av behov for endringer i tiltaket.....	102
3.7	Konsekvenser av endringsforslagene	102
3.8	Behov for eventuelt andre konkurranserettede tiltak i PU	104
4	Forslag til endringer	105
4.1	Indeksjustering av tiltaket med differensierte avgifter/tilskudd.....	105

4.2 Redusert sats, utvidet virkeområde og økt volumtak, men likevel stabil økonomisk ramme for særskilt distribusjonstilskudd for Q-meieriene AS	105
4.3 Årlig oppdatering av elementer i modellen for spesiell kapitalgodtgjørelse.....	105

Sammendrag

Evalueringen omfatter konkurransepolitiske¹ tiltak i prisutjevningsordningen for melk (PU) gjeldende fra 01.07.2007.

Ut fra mandatet og de politiske forutsetningene som ligger til grunn for de endringene som ble gjennomført i prisutjevningsordningen for melk fra 01.07.2007, har SLF basert den faglige analysen og vurderingen på utvikling i volum og markedsandeler samt utvikling i økonomiske nøkkeltall for aktørene i prisutjevningsordningen. Hovedfokus har vært å kunne vurdere effekter av de konkurranserettede tiltakene for de analyserte selskapene.

Hovedkonklusjoner

En av hovedkonklusjonene er at markedet for meieriprodukter har økt både i volum og verdi fra 2007 til 2011. Importen har tatt sin del av økningen. Når det gjelder bruken av norsk melk skjer det en gradvis utvikling hvor meieriselskaper utenom Tine SA øker sine andeler, mens Tine taper andeler. Dette indikerer økt konkurranse innenfor norsk produksjon samtidig som økt import også bidrar til økt konkurranse.

En annen hovedkonklusjon er at de økonomiske nøkkeltallene viser at økonomien hos de meieriselskapene som mottar tilskudd har utviklet seg positivt siden 2007. Alle selskaper har forbedret sin økonomiske situasjon, og de fleste har et markant skift i 2007. Isolert sett kan dette tilsi at en kan vurdere å redusere de konkurranserettede tiltakene gradvis for eksempel i takt med at utfordrerselskapene tar ytterligere markedsandeler og/eller at de økonomiske resultatene for disse selskapene blir ytterligere forbedret.

Vurderingen viser videre at det for flere av selskapene vil være nødvendig å fortsette med de konkurranserettede tiltakene for å bidra til at selskapene kan bedre lønnsomheten for meieridriften sin, vokse og bearbeide en enda større del av den norske melkeproduksjonen.

Vurderingen viser videre at de meieriselskapene som ikke mottar tilskudd også har hatt en positiv økonomisk utvikling i perioden fra 2007 til 2011.

Elementer i evalueringen

Analysen av volum og markedsandeler viser at meieriselskapene utenom Tine har økt sine andeler med til sammen 8,3 prosentpoeng i perioden 2004-2011, herav 3,6 prosentpoeng i perioden 2007-2011. Tine har tapt andeler innen anvendelsen av norsk melk i hele perioden fra 2004 til 2011. Foreløpige tall til og med september 2012 viser at meieriselskaper utenom Tine tar ytterligere andeler i 2012. Utviklingen varierer innenfor ulike markedssegmenter eller prisgrupper i prisutjevningsordningen, men meieriselskaper utenom Tine har tatt produksjonsandeler innenfor grupper som drikkemelk, ost og tørrmelk.

Analysen av den økonomiske utviklingen i meieriselskapene i perioden 2007-2011 viser følgende for enkelte sentrale nøkkeltall:

¹ Heretter ofte omtalt som konkurranserettede tiltak.

Driftsmargin

- Driftsmarginene i meieriindustrien er bedret etter 2007. Selskapene som mottar konkurranserettede tilskudd har samlet gått fra en gjennomsnittlig negativ driftsmargin i perioden 2004-2006 til en positiv driftsmargin i perioden etter 2007. Samtlige av disse selskapene har hatt høyere driftsmargin enn norsk matindustri i 2009 og 2010.

Egenkapitalrentabilitet

- I snitt for perioden 2007-2011 har egenkapitalrentabiliteten til samtlige meieriselskaper sett under ett ligget på nivå med norsk matindustri i stort sett alle år etter 2007. Selskapene som mottar tilskudd har gått fra negativ egenkapitalrentabilitet i perioden 2004-2006 til positiv rentabilitet i perioden etter 2007.

Egenkapitalandel

- Totalt var det veide snittet for egenkapitalandel i meieriindustrien høyere i perioden 2004-2006 enn i perioden 2007-2011. Utviklingen er noe varierende fra selskap til selskap, men gjennomsnittet for meieriindustrien ligger på nivå med norsk matindustri i perioden 2007-2011.

I perioden etter 2007 er variansen mellom selskapene i driftsmargin og egenkapitalrentabilitet blitt redusert. Dette indikerer en mer stabil utvikling etter innføring av konkurranserettede tiltak.

Oppsummert har de konkurranserettede tiltakene etter 2007 bidratt til økt konkurranse ved at de norske utfordrerne til Tine har fått større andeler innenfor foredlingen av norske melkeprodukter, samtidig som de har forbedret sine økonomiske resultater i perioden 2007-2011. Antallet aktører har vært uendret i perioden 2007-2011.

Ut fra hensynet til forutsetningene som ligger til grunn for mandatet, viser evalueringen etter SLFs vurdering at det er nødvendig å videreføre de konkurranserettede tiltakene i prisutjevningsordningen for melk, med noen justeringer.

På bakgrunn av dette foreslår SLF følgende justeringer:

- Tiltaket med differensierte avgifter/tilskudd foreslås videreført med dimensjoneringen fra 2007, for eksempel ved en indeksjustering av tiltaket med 2 øre per liter til 27 øre per liter.
- Særskilt distribusjonstilskudd for Q-meieriene foreslås redusert i størrelsesordenen 10-15 øre per liter. SLF har i regneeksemplene i rapporten benyttet en reduksjon på 10 øre/liter. SLF foreslår at en vurderer å utvide virkeområdet for tiltaket til å gjelde for alle meieriselskaper som produserer flytende melkeprodukter for å sikre likebehandling av aktørene. SLF foreslår videre at en vurderer å øke taket fra 80 mill. liter til for eksempel 100 mill. liter for ordningen sett under ett.
- Beregningsmodellen for spesiell kapitalgodtgjørelse legges til grunn videre, men ajourføres årlig også med hensyn på Tines kapitalvolum og egenkapitalandel.

Ut fra volumtall for 2011 ville justeringene ha ført til en økning på 0,4 mill. kroner i kostnadene til konkurranserettede tiltak. Med utgangspunkt i et prognosert volum for 2016 og uendrede satser har SLF beregnet at de totale kostnadene til konkurranserettede tiltak vil være 167,4 mill. kroner i 2016,

noe som tilsvarer 11,2 øre/liter fordelt på all anvendt melk i prisgruppene i PU. De foreslåtte endringene vil innebære en utbetaling i 2016 på 171,0 mill. kroner til konkurranserettede tiltak i prisutjevningsordningen for melk, tilsvarende 11,5 øre/liter.

SLF har vurdert om det er behov for andre typer konkurranserettede tiltak i PU. SLF konkluderer med at de evaluerte konkurranserettede tiltakene har fungert etter forutsetningene, og ser ikke at det er behov for å foreslå ytterligere konkurranserettede tiltak innenfor prisutjevningsordningen for melk.

1 Innledning

1.1 Bakgrunn for arbeidet

Første juli 2007 ble det gjennomført endringer i de konkurransepolitiske tiltakene i prisutjevningsordningen for melk. Hovedformålet med endringen var å legge til rette for økt konkurranse i meierivaremarkedet. I tillegg var det nødvendig å bedre rammebetingelsene for Tines konkurrenter. Det ble samtidig besluttet at man på bakgrunn av erfaringene skulle evaluere tiltakene i 2012. Tiltakene hjemles og finansieres gjennom prisutjevningsordningen for melk. Statens landbruksforvaltning (SLF) fikk ansvaret for å gjennomføre evalueringen i brev fra Landbruks- og matdepartementet (LMD) 22.05.2012.

De konkurranserettete tiltakene i prisutjevningsordningen for melk omfatter:

- differensierte avgifter for ulike aktører på områder der Tine SA er dominerende aktør
- endring i særskilt distribusjonstilskudd for Q-meieriene AS
- videreføring av særskilt kapitalgodtgjørelse (til Q-meieriene AS)

Erfaringene med den nye ordningen skulle evalueres etter fem år, jf. St. prp. nr. 77 (2006-2007) *Om jordbruksoppgjøret 2007*.

LMD forutsatte at rapporten skulle leveres i løpet av oktober 2012 og at SLF skulle benytte bransjeforum for meierier som referansegruppe i arbeidet. I tillegg ble bransjeforum supplert med Konkurransetilsynet, NHO Mat og Landbruk og NHO Mat og Drikke. Ola Christian Rygh fra SLF har ledet møtene i referansegruppen.

Følgende personer har deltatt i referansegruppen:

Synnøve Finden AS: John Lilleborge og Lars Tretteteig

Q-meieriene AS: Heine Furevik og Bent Myrdahl

Kraft Foods Norge AS: Ansgar Heim-Pedersen og Kristian Hvilen

Lillehammer Ysteri AS: Simen Bekken

Normilk AS: Trond Thomassen

Tine SA: Jørn Spakrud, Bjørn Strøm og Johnny Ødegaard

Rørosmeieriet AS: Trond Lund

NHO Mat og Drikke: Dag Kjetil Øyna

NHO Mat og Landbruk: André Monsrud

Konkurransetilsynet: Magnus Gabrielsen/Erlend Smedsdal

Landbruks- og matdepartementet: Nils Øyvind Bergset

Arbeidsgruppen i SLF som har gjennomført evalueringen har bestått av:

Elsebeth Hoel, leder

Ola Christian Rygh

Sigurd-Lars Aspesletten

Hans Kjetil Bjørnøy

Lise Wirstad Dynna

Lars Folland

Mari Holteberg Vold

1.2 Mandat

I brev av 22.05.2012 fra LMD får SLF følgende mandat for evalueringen:

”SLF skal evaluere de konkurransepolitiske tiltakene i prisutjevningsordningen for melk for å sikre en virksom konkurranse. Grunnlaget for evalueringen er de forutsetningene som lå til grunn ved endringene i 2007. Utredningen skal:

- kartlegge utviklingstrekk i dette markedet med hensyn på utviklingen i konkurransen, slik som markedsandeler og økonomiske resultat;
- vurdere effektene av de konkurransepolitiske tiltakene som ble gjennomført i 2007;
- vurdere behov for endringer i tiltakene;
- komme med eventuelle forslag til endringer innenfor rammen av prisutjevningsordningen for melk”

1.3 Avgrensninger og tolkning av mandat

I henhold til mandatet skal SLF evaluere de konkurranserettede tiltakene i prisutjevningsordningen for melk (PU) for å sikre virksom konkurranse. Vårt oppdrag er å evaluere effekten av de tre tiltakene for å sikre virksom konkurranse. SLF legger til grunn at begrepet ”virksom konkurranse” i mandatet innebærer at vi skal vurdere om konkurransen er større enn i 2007 i form av økte markedsandeler og bedre økonomisk resultat for konkurrentene til Tine. Vekst eller fall i omsetning, sett i sammenheng med vekst eller nedgang totalt sett i meieriindustrien, og hvorvidt utfordrerne tar markedsandeler fra år til år vil kombinert med nøkkeltall for økonomisk utvikling samlet sett gi et bilde av utfordrernes konkurranseevne.

Grunnlaget for evalueringen er i henhold til mandatet de forutsetningene som lå til grunn for endringene i 2007. Det innebærer at de enkelte tiltak er evaluert ut fra disse forutsetningene.

SLF legger til grunn at eventuelle forslag til endringer må ligge innenfor prisutjevningsordningen og være i tråd med virkeområdet for de tre konkurranserettede tiltakene.

Ved vurdering av markedsandeler brukes blant annet tall fra prisutjevningsordningen, slik at markedsandeler i stor grad evalueres med bakgrunn i innrapporterte tall til SLF. Siden prisutjevningsordningen kun omfatter norske melkeprodukter, vil ikke det gi oss et fullstendig bilde av markedsituasjonen. SLF mener det likevel er tilstrekkelig siden importstatistikken viser for hvilke produkter importen har betydning.

Prisutjevningsordningen er en av flere ordninger under markedsordningen for melk. Importvernet, kvoteordningen og markedsreguleringen er andre ordninger som sammen med prisutjevningsordningen skal bidra til å nå de landbrukspolitiske mål. De øvrige ordningene under markedsordningen for melk kan også ha betydning for konkurransesituasjonen i markedet. SLF har ikke vurdert disse ordningene nærmere i denne evalueringen, men har sett nærmere på om det har skjedd endringer i disse i perioden 2007-2011 som også kan ha påvirket konkurransesituasjonen i markedet.

1.4 Overordnede føringer for evalueringen

Det forutsettes at de landbrukspolitiske mål for melkesektoren ligger fast. Målet med dagens landbrukspolitikk er i Soria Moria – erklæring II pr. 07.10.2009 uttrykt som å opprettholde et levende landbruk over hele landet med en variert bruksstruktur. Som et generelt næringspolitisk mål viser erklæringen til at Regjeringen vil bidra til gode og konkurransedyktige rammebetingelser for norske bedrifter.

Meld. St. 9 (2011-2012) om landbruks- og matpolitikken gir en fornyet gjennomgang av målene for landbruks- og matpolitikken. Økt matproduksjon og konkurransedyktige verdikjeder og robuste enheter er to sentrale mål som følger av de overordnede målene matsikkerhet og økt verdiskaping. Etterspørselen fra en økende befolkning vil gi grunnlag for økt produksjon av jordbruksvarer. Ambisjonen er at den norske verdikjeden for mat skal beholde sine høye markedsandeler for viktige landbruksprodukter. For at dette skal være mulig må aktørene i verdikjeden være konkurransedyktige. Dette krever god produktivitetsutvikling i alle ledd. Det fremheves videre at nordmenn har høy kjøpekraft, men at det norske markedet er lite og det gir utfordringer både i volumproduksjon og muligheten for lønnsomme små verdikjeder.

Produksjonen i norsk jordbruk og næringsmiddelindustri har aldri vært så høy som nå samtidig som næringen er i en krevende konkurransesituasjon bl.a. som følge av økt importkonkurranse. Det er videre et gjensidig avhengighetsforhold mellom primærproduksjon og næringsmiddelindustrien. Primærproduksjonen er avhengig av en konkurransedyktig næringsmiddelindustri som kundebase og næringsmiddelindustrien er avhengig av råvarer som er konkurransedyktige både med hensyn til pris og kvalitet. På samme tid er det interessen motsetninger mellom primærproduksjon og industri, på grunn av at råvarene som genererer inntekt på ett ledd er kostnader på neste ledd. Landbruks- og matpolitikken må balanseres slik at den gir forutsigbarhet og bidrar til konkurransedyktige rammevilkår for industrien. Samtidig skriver man i meldingen at det ikke er bare rammebetingelsene det offentlige gir som avgjør industriens konkurransevne. Industrien har selv et stort ansvar for å sikre sin konkurransekraft gjennom innovasjon, omstilling og en sunn kostnadsutvikling. I prispolitikken for norske råvarer må hensynet til næringsmiddelindustriens konkurransekraft avveies mot hensynet til bondens inntekt.

Et av hovedmålene i den nye meldingen er at forbrukerne skal sikres nok og trygg mat. Samtidig vil Regjeringen at norsk landbruk skal dekke etterspørselen etter varer det er naturlig grunnlag for å produsere nasjonalt, innenfor de gitte handelspolitiske rammer. Selvforsyningsgraden er høy (nær 100 prosent) for viktige jordbruksproduksjoner som kjøtt, egg og melk. Hjemmemarkedsandelen for næringsmiddelindustrien målt i verdi på produktene ligger på 80 prosent.

Melkeproduksjonen er den største enkeltproduksjonen i landbruket. Ettersom hovedtyngden av denne produksjonen er lokalisert i distriktene, har den dermed stor betydning for å oppfylle målsetningen om å sikre bosetting og sysselsetting i distriktene. Markedsordningen for melk regulerer melkesektoren, både mot primærproduksjonen og mot markedet. En av delordningene er prisutjevningsordningen for melk som bidrar til å gi melkeprodusenter muligheter for å kunne realisere jordbruksavtalens målpris på melk uavhengig av melkeanvendelse og lokalisering av produksjonen.

Det ble sist gjort omfattende endringer i prisutjevningsordningen fra 01.07.2007. Siktemålet var å legge ytterligere til rette for konkurranse i markedet for meierivarer. Som en konsekvens av endringene ble Tine stilt overfor en strengere økonomisk akkord innenfor prisutjevningen relativt til andre aktører.

Øvrige rammebetingelser for forvaltning av prisutjevningsordningen for melk og dermed også for denne evalueringen er utviklingstrekk på det landbrukspolitiske området, rapporter og utredninger, årlige budsjettproposisjoner, proposisjoner og Jordbruksoppjøret og internasjonale endringer. Det vises også til Soria Moria-erklæring II og målet om å gjennomføre forenklinger for næringslivet.

SLF har i sitt arbeid lagt til grunn endret markedsordning for melk slik den er vedtatt i St.prp. nr. 77 (2006-2007) *Om jordbruksoppjøret 2007* og fastsatt i LMDs vedtaksbrev av 29.06.2007 på grunnlag av høringsnotat datert 25.05.2007. Blant forarbeider kan nevnes NILF-rapport 2002-5 om Ny markedsordning for melk – større konkurranse og like vilkår.

1.5 Organisering og datainnsamling

LMD er oppdragsgiver og mottaker av ferdig rapport. SLF er ansvarlig for evalueringen og står for innholdet i rapporten. Referansegruppen har vært brukt underveis i prosessen. SLF har blant annet gjennomført 3 møter med referansegruppen;

- Fredag 22.06, tema: mandat, tidsplan, gjennomgang av tiltakene, disposisjon for rapporten og innhenting av informasjon fra aktørene
- Torsdag 20.09, tema: kartlegging
- Onsdag 24.10, tema: oppdatert kartlegging og hovedpunkter fra vurderingene

SLF har i tillegg innhentet opplysninger fra aktørene om økonomisk resultat, den enkelte aktørs meierivirksomhet, syn på markedsmessig utvikling, innovasjoner og markedsmessige utfordringer. For aktører som har flytende melkeprodukter har vi også innhentet informasjon om distribusjonsopplegg og distribusjonskostnader. Aktører som har egne produsenter har i tillegg redegjort for utviklingen i antall produsenter, samt anvendelse av melk fra egne produsenter i egen virksomhet.

Konkurransetilsynet har bidratt med sine rapporter fra overvåking av meierisektoren.

SLF har brukt egne data fra melkeregnskapet i PU for å se på utviklingen i de enkelte aktørers anvendelse av melk i meierivirksomhet. Tallmateriale herfra gir oversikt over hvilke mengder melk de ulike aktørene har anvendt til produksjon av meieriprodukter i hver gruppe i prisutjevningsordningen. Ut fra disse dataene har SLF også beregnet produksjonsandeler for hver aktør innenfor de ulike gruppene i prisutjevningsordningen for melk og de enkeltes utvikling i andeler.

SLF benytter både lønnsomhetsvurderinger og kostnadsvurderinger i analysen.

1.6 Oppbygging av rapporten

I kapittel 2 Kartlegging går vi innledningsvis kort gjennom prisutjevningsordningen, slik den er i dag og formålene med den. Under kapittel 2.2 nevnes andre tiltak under markedsordningen for melk som kan ha betydning for konkurransen. I kapittel 2.3 beskrives de konkurranserettede tiltakene fra 2007.

I kapittel 2.4 beskrives utviklingen i markedet for meieriprodukter. Kapitlet omfatter verdikjeden i meierisektoren, de ulike markedene, utvikling i totalmarked og capitaforbruk, norsk produksjon, import, eksportutvikling, utvikling i priser og kostnader, nylanseringer og egne merkevarer, samt resultatene fra overvåkingsordningen i meierisektoren.

Meieriselskapene (aktørene) kartlegges i kapittel 2.5. I kapitlet går vi nærmere inn på markedsandeler, omsetningsvekst, andeler i PU og økonomiske nøkkeltall for de enkelte aktørene i prisutjevningsordningen. Oppsummering av innspillene fra aktørene er også tatt inn her.

Kapittel 3 Vurderinger inneholder SLFs vurderinger av utviklingen i markedet og for de enkelte meieriselskapene og effekten av de konkurranserettede tiltakene.

I kapittel 4 Anbefalinger og konklusjoner, fremgår SLFs anbefalinger og forslag til tiltak fremover.



2 Kartlegging

I dette kapittelet gis en kort omtale av prisutjevningsordningen for melk (PU) (kapittel 2.1) og andre tiltak under markedsordningen for melk som kan ha betydning for konkurransen (kapittel 2.2). I kapittel 2.3 gjennomgås de konkurranserettede tiltakene i meierisektoren fra 2007. I kapittel 2.4 beskrives markedet for meieriprodukter, herunder verdikjeden i meierisektoren, de ulike markedene, utvikling i totalmarked og forbruk, norsk produksjon, import, eksport, priser og kostnader samt andre trekk ved markedet for meieriprodukter. I kapittel 2.5 beskrives relevante forhold knyttet til aktørene i prisutjevningsordningen som markedsandeler, omsetningsvekst, andeler i PU og økonomi per aktør. Videre blir det redegjort for distribusjon av flytende melkeprodukter (kapittel 2.6) og utvikling i egne produsenter (kapittel 2.7).

2.1 Prisutjevningsordningen for melk

Ny prisutjevningsordning for melk (PU) ble innført 01.07.1997, sammen med endringer i øvrige ordninger knyttet til markedsordningen for melk. Markedsordningen for melk omfatter foruten PU, pristilskudd over jordbruksavtalen, jordbruksavtalens målpris for melk, markedsreguleringen og kvoteordningen for melk. Samtidig er tollvernet en viktig forutsetning for at markedsordningen for melk skal fungere etter intensjonene og for mulighetene til å gjennomføre landbrukspolitikken.

Formålet med prisutjevningsordningen slik den er i dag er:

”Prisutjevningsordningen for melk har som formål å regulere prisdifferensieringen av melk som råvare til ulike anvendelser, og samtidig gi melkeprodusenter muligheter for å kunne realisere jordbruksavtalens målpriser på melk uavhengig av melkeanvendelse og lokalisering av produksjonen.”

I markedsordningen for melk er også et viktig hensyn å bidra til økt konkurranse i melkemarkedet.

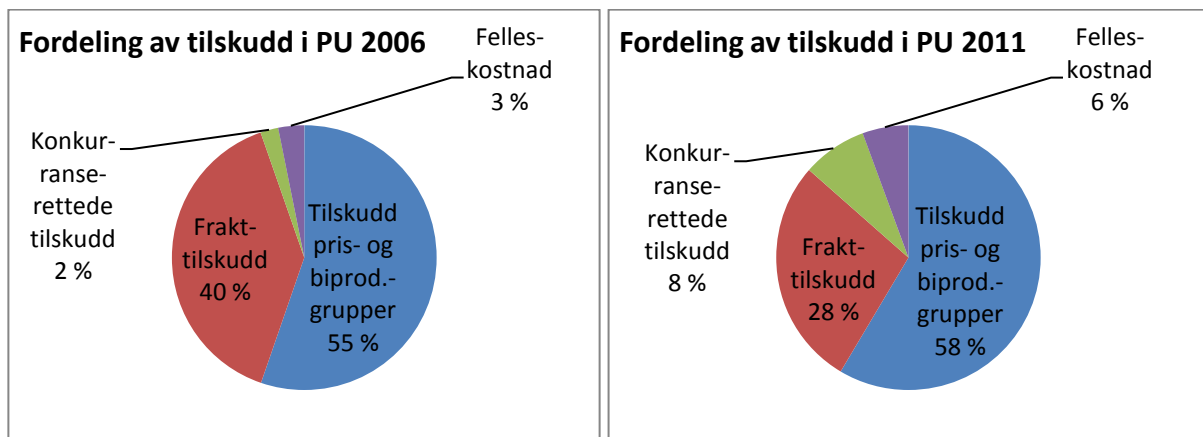
For å bidra til økt konkurranse, har det i prisutjevningsordningen for melk vært benyttet konkurranserettede tiltak siden 2000. Konkurranserettede tiltak i PU må også sees i sammenheng med øvrige ordninger i markedsordningen for melk og eventuelle konkurransehindringer som ligger i disse ordningene. For å bidra til økt konkurranse, ble det gjennomført flere endringer i markedsordningen for melk med virkning fra 01.01.2004²:

- For å medvirke til at markedsordningen virket *konkurransenøytralt* for alle aktører, ble det foretatt endringer i målprissystemet for melk, det ble etablert et administrativt og regnskapsmessig skille i Tine, tilskudd og avgifter i PU ble fastsatt for et år ad gangen og påregnelige kapitalkostnader for uavhengige meieriselskaper ble trukket ut av målprisen.
- For å redusere konkurransehindringene ble *råvaretilgangen* for uavhengige aktører bedret ved å pålegge Tine en utvidet forsyningsplikt, og det ble innført en spesiell kapitalgodtgjørelse for uavhengige meierier med egne melkeprodusenter.
- For å kompensere for eller for å redusere spesielle konkurransehindringer var det i tillegg behov for tiltak rettet mot *enkeltaktører*.

² Kilde: LMDs høringsnotat av 02.09.2003, kap. 2.1

Konkurranserettete tiltak i PU gjeldende fra 2007 er nærmere omtalt nedenfor.

Prisutjevningsordningen er en selvfinansierende ordning hvor sum innkrevde avgifter i ordningen finansierer sum utbetalte tilskudd. I PU har de konkurranserettete tilskuddene i hovedsak blitt finansiert i form av økte avgifter/reduerte tilskudd i prisgruppene for melk i ordningen. Økte avgifter/reduerte tilskudd for prisgruppene vil meieriselskapene på sin side forutsetningsvis få kompensert for i form av øke priser på sine melkeprodukter ovenfor sine dagligvare- og industrikunder. I 2006 ble det utbetalt 33,8 mill. kroner i konkurranserettete tilskudd som utgjorde 2,2 øre/liter fordelt på all anvendt liter melk i prisgruppene. I 2011 ble det utbetalt 129,1 mill. kroner i konkurranserettete tilskudd som utgjorde 8,7 øre/liter fordelt på all anvendt melk i prisgruppene i ordningen.



Figur 1: Tilskudd i PU 2006 og 2011

I 2006 ble det innbetalt totalt 1 548,5 mill. kroner i avgifter gjennom PU-ordningen. Av dette ble 856,3 mill. kroner (55 prosent) utbetalt i tilskudd til pris- og biproduktgrupper, 609,5 mill. kroner (40 prosent) ble utbetalt i frakttilskudd og 33,8 mill. kroner (2 prosent) gikk til konkurranserettete tilskudd. I 2011 ble det innbetalt totalt 1 637,5 mill. kroner i avgifter gjennom PU-ordningen. Av dette ble 958,8 mill. kroner (58 prosent) ble utbetalt i tilskudd til pris- og biproduktgrupper, 457,7 mill. kroner (28 prosent) ble utbetalt i frakttilskudd og 129,1 mill. kroner (8 prosent) gikk til konkurranserettete tilskudd. Fordelingen mellom tilskuddene er vist i figuren ovenfor.

De innbetalte avgiftene til PU har økt med 89 mill. kroner fra 2006 til 2011. Samtidig har frakttilskudd blitt redusert både i kroner og prosentandel. Frakttilskuddene ble redusert med 151,8 mill. kroner i perioden. 40 prosent av totalt innbetalt avgift gikk med til frakttilskudd i 2006, mens i 2011 var andelen 28 prosent. Frakttilskuddet for distribusjon³ av flytende meieriprodukter fra meieri til butikk ble avvirket i 2008, og har bidratt til nedgangen. For konkurranserettete tilskudd har det vært en motsatt utvikling, og tilskuddene har økt i både kroner og prosent. Det ble anvendt 95,2 mill. kroner mer i 2011 enn i 2006. Konkurranserettete tilskudd stod for to prosent av kostnadene i 2006, og økte til 8 prosent i 2011. Dette har sammenheng med nye og utvidede konkurranserettete tilskudd fra 01.07.2007.

³ Kalt distribusjonstillegg i PU.

Mens konkurranserettede tiltak i gjeldende PU finansieres ved økte priser i sluttmarkedene (forbruker, industrikunde), ble tilsvarende tiltak før 2004 finansiert som fratrekk i PUs overføringspris og var altså i prinsippet finansiert via melkeprisen til produsent.

2.2 Andre tiltak under markedsordningen for melk som kan ha betydning for konkurransen

Markedsordningen for melk består som tidligere nevnt av flere ordninger. De konkurranserettede tiltakene i prisutjevningsordningen og markedsregulators forsyningsplikt er begge tiltak som bidrar til økt konkurranse i markedet.

På den annen side er kvoteordningen for melk isolert sett en ulempe for utviklingen av konkurranse i råvaremarkedet fordi den innebærer at den enkelte produsent i realiteten ikke har mulighet til å produsere melk utover tildelt kvote, samtidig som ordningen begrenser mulighetene for fri omsetning av melkekvote. Det begrenser eksisterende meieriforetaks muligheter til å få økte leveranser fra sine produsenter ved behov for økt råvaretilgang. Ordningen medfører også begrensninger for meieriselskap som vil knytte til seg nye melkeprodusenter for å øke råvaretilgangen, fordi kvoteordningen medfører ekstra etableringskostnader for nye melkeprodusenter som må kjøpe kvote. Således vil kvoteordningen kunne bidra til å vanskeliggjøre nye aktørers mulighet for å få tak i råvare.

Markedsregulators forsyningsplikt skal bidra til å rette opp dette forholdet. Aktører som videreforedler melken til faste produkter, har rett til leveranser av melk på lik linje med Tines egne meierianlegg. Det innebærer en ubegrenset forsyningsplikt, så lenge det er tilstrekkelige volum melk tilgjengelig. For aktører som foredler flytende melkeprodukter er imidlertid forsyningsplikten begrenset oppad til 15 mill. liter per anlegg. For forsyninger utover 15 mill. liter, er det et krav om at mottakere har leveranser fra egne produsenter.

Et annet tiltak som er med på å styrke konkurranse i sektoren er Konkurransetilsynets overvåkingsordning i meierisektoren. Tiltaket ble iverksatt fra 01.01.2008, etter at etterregningsordningen opphørte 01.07.2007. Hensikten med tiltaket er at Konkurransetilsynet skal kunne kontrollere om Tine, gjennom å foreta marginskvis, bryter konkurranselovens § 11 om misbruk av dominerende stilling. Det forventes at ordningen bidrar til å redusere Tines insentiver til å foreta marginskvis, ettersom selskapet vet at marginene blir overvåket.

Importvernet bidrar i motsatt retning til å begrense konkurransen, ved at det bidrar til mindre import av meieriprodukter enn det som ellers ville være tilfelle. Prisutviklingen i Norge sammenlignet med verdensmarkedet har medført at styrken i importvernet er svekket de siste årene. Dette har bidratt til en betydelig økning i importen av visse meierivarer og dermed økt importkonkurranse.

2.3 Konkurranserettede tiltak fra 2007

Det har vært benyttet konkurranserettede tiltak i PU siden 2000, jf. kapittel 2.1. I årene 2000-2003 ble det utbetalt ca 26 mill. kroner til Q-meieriene og ca 2,7 mill. kroner til Rørosmeieriet til og med 2004 finansiert av PU. Dessuten ble det gitt konkurranserettede tilskudd over jordbruksavtalen i perioden 1999 til 2003 på til sammen ca 69 mill. kroner til Q-meieriene. Rørosmeieriet mottok konkurranserettede tilskudd over jordbruksavtalen på til sammen 1,5 mill. kroner for årene 2005 og 2006.

Etterkontroll av Tines foredlingsmarginer og etterregning i PU (Etterregning i PU) ble innført som et konkurranserett virkemiddel fra 2. halvår 2000 og varte til og med 1. halvår 2007. For hele perioden

ble det utbetalt til sammen ca 102 mill. kroner til aktører utenom Tine i etterregningen, hvorav ca 64 mill. kroner angikk perioden 2000 til 2003 og 38 mill. kroner angikk perioden 2004 til 2007. Beløpene inkluderer LMDs klagebehandling hvor vedtak ble fattet i perioden 2005-2008. Etterkontrollen inneholdt normerte krav til Tines produktkalkyler, både for kapitalavkastning og kapitalvolum. Også Konkurransetilsynets overvåking fra 01.01.2008 inneholder normert krav til kapitalavkastning og kapitalvolum for de av Tines produkter som omfattes av overvåkingen.

Med virkning fra 01.07.2007 ble det iverksatt ytterligere konkurranserettede tiltak i PU for å bidra til økt konkurranse i meierivaremarkedet. Det var et faktum at de økonomiske resultatene for konkurrentene (uavhengige aktører) til Tine hadde vært lite tilfredsstillende. Regjeringen hadde derfor kommet frem til at det var nødvendig å bedre rammebetingelsene for Tines konkurrenter for å øke konkurransen i meierivaremarkedet, samtidig som etterregningen ble avviklet.

2.3.1 Tiltakene med differensierte avgifter/tilskudd

Regjeringen ønsket å legge til rette for høyere foredlingsmarginer for uavhengige aktører i meieriindustrien, fordi den mente det ville gi økt økonomisk slagkraft for disse aktørene og dermed større konkurranse. Det ble derfor innført differensierte avgifter/tilskudd i PU for uavhengige aktører innenfor alle prisgrupper innenfor hovedmelkeanvendelsen, unntatt gruppen for tørrmelk og merkevareeksport. Tiltaket ble iverksatt fra 01.07.2007.

Uavhengige aktører har siden 01.07.2007 fått en lavere avgift/høyere tilskudd på 25 øre per liter anvendt melk enn Tine for alle varer bortsett fra produksjon av tørrmelk og merkevareeksport.

I tillegg ble det fra 01.07.2007 innført et midlertidig tiltak for Synnøve Finden og Q-meieriene. De fikk ytterligere reduserte avgifter eller høyere tilskudd på 12 øre per liter anvendt melk, for en periode på 4 år. Dette opphørte 01.07.2011. Dette tilskuddet ble begrunnet med at disse selskapene volummessig og innenfor de aktuelle områdene hadde vært de store konkurrentene til Tine over en lengre periode. I fastsettelsesbrevet fra Landbruks- og matdepartementet av 29.06.2007 til ny forskrift i prisutjevningsordningen for melk påpeker departementet at det i dette tilskuddet ligger et ønske om å kompensere historisk resultatsvikt i disse selskapene som følge av "belastningen" ved å være utfordrer i et marked der man har beveget seg fra en tilnærmet monopolsituasjon til en situasjon med reell konkurranse på de fleste meieriprodukter. LMD skriver videre: *Som en forutsetning for endringene i prisutjevningsordningen, lå det til grunn at sakene som verserte i rettsapparatet ble hevet og kravene oppgitt. Departementet legger til grunn at dersom man i stedet hadde inngått et forlik mellom staten og partene om et tilsvarende beløp (f. eks. utbetalt som en engangssum eller formulert som en avtale om nedbetaling i rater), så ville dette hatt en tilsvarende økonomisk effekt på fremtidig konkurranse i meierisektoren som den løsning som er valgt.*

SLF mener derfor at dette tiltaket var spesielt knyttet til historien, og må sees som en kompensasjon for den vanskelige situasjonen Synnøve Finden og Q-meieriene hadde før de generelle differensierte avgiftene og tilskuddene ble innført i 2007.

Tabellene under viser utviklingen i utbetalingene til de differensierte avgifter/tilskudd i perioden 2007 til 2011. Den øverste tabellen viser det generelle tillegg i tilskudd/reduksjon i avgift på 25 øre per liter, mens den nederste viser tilsvarende utvikling for det midlertidige tilskuddet som på 12 øre per liter som var forebeholdt Synnøve Finden og Q-meieriene.

Tabell 1: Utvikling i differensierte tilskudd/avgifter, kr

	2007	2008	2009	2010	2011
Tine					
Synnøve Finden	11 960 571	28 420 727	28 128 271	27 569 261	29 262 338
Q-meieriene	9 640 388	20 473 408	20 667 882	20 984 753	23 727 422
Normilk					
Rørosmeieriet	37 301	80 006	83 304	182 865	564 511
Lillehammer Ysteri	107 243	892 183	1 217 830	1 493 080	1 191 456
Kraft Foods	166 166	344 045	393 738	389 463	485 435
Aksut					129 512
Sum	21 911 669	50 210 369	50 491 025	50 619 422	55 360 674

Tabell 2: Utvikling i midlertidig ordning med ytterligere differensierte tilskudd/avgifter, kr

	2007	2008	2009	2010	2011
Synnøve Finden	5 741 074	13 641 949	13 501 570	13 233 245	6 742 229
Q-meieriene	4 627 386	9 827 236	9 920 583	10 072 681	5 333 381
Sum	10 368 460	23 469 185	23 422 153	23 305 926	12 075 610

2.3.2 Særskilt distribusjonstilskudd for Q-meieriene AS

Fra 2004 ble det innført et særskilt distribusjonstillegg som ytes til Q-meieriene. Bakgrunnen for at dette tilskuddet ble innført var at Q-meieriene etablerte seg i en periode hvor det ikke var aktuelt å slutte seg til Landbrukets ferskvaredistribusjon (LFD). Departementet forutsatte imidlertid i fastsettelsesbrevet for endringer i markedsordningen for melk av 04.12.2003 at LFD da var åpen og tilgjengelig for alle aktører og at de andre uavhengige selskapene kunne kjøpe distribusjonstjenester fra LFD. Siden Q-meieriene allerede hadde etablert egen distribusjon mente departementet at de på kort sikt ikke hadde egnede alternativer til å utjevne denne ulempen. Departementet mente imidlertid at tilskuddet løpende må vurderes sett i forhold til de distribusjonsløsningene som Q-meieriene faktisk etablerer. Departementet skriver i det samme brev at grunnlaget for satsene ligger i beregninger av distribusjonskostnader foretatt av NILF. Departementet har på dette grunnlaget foretatt en skjønsmessig fastsettelse av satsene. Det er lagt vekt på at satsene ikke skal gi 100 prosent kostnadsdekning for på denne måten å gi et incitament til kostnadseffektiv distribusjon.

I perioden 01.01.2004 til 30.06.2006 var det særskilte tilskuddet på 50 øre/liter for inntil 30 mill. liter flytende melkeprodukter og på 25 øre/liter fra 30 til 60 mill. liter.

Fra 01.07.2007 ble det særskilte distribusjonstillegget forsterket til 60 øre per liter for inntil 80 mill. liter flytende melkeprodukter som distribueres fra meierianlegg som tilhører konsernet.

Tabellen nedenfor viser utviklingen i distribusjonsgodtgjørelsen til Q-meieriene i perioden 2007 til 2011.

Tabell 3: Utvikling i særskilt distribusjonsgodtgjørelse i perioden fra 2007 til 2011, kr

	2007	2008	2009	2010	2011
Q-meieriene	29 894 726	32 611 253	34 315 605	35 561 385	39 350 327

Vi ser at den er økt med om lag 10 mill. kroner, eller 32 prosent, siden 2007.

2.3.3 Spesiell kapitalgodtgjørelse

Fra 01.01.2004 ble det innført en spesiell kapitalgodtgjørelse til meieriselskaper utenom Tine som mottar og anvender melk som selges direkte fra melkeprodusenter som ikke er knyttet til Tine. Til nå har det vært Q-meieriene som har mottatt denne godtgjørelsen.

I følge LMDs høringsnotat av 02.09.2003 og vedtaksbrev av 04.12.2003 fremgikk det at det i dagjeldende ordning var en viss forsyningsplikt til uavhengige meieriselskaper som produserer flytende melkeprodukter, så fremt disse har leveranser fra egne melkeprodusenter. LMD vedtok videre en utvidelse av forsyningsplikten til meieriselskaper utenfor Tine med virkning fra 01.01.2004, men viste til at det også etter dette ville være meieriselskaper som mottar melk fra egne produsenter. Disse produsentene må, på grunn av kvoteordningen for melk, allerede ha en produksjon og leverer i utgangspunktet til en annen aktør (Tine).

LMD viste videre til at det fra departementets side er et sentralt formål å bedre konkurransen ved å legge til rette for at melkeprodusentene kan gis reelle valgmuligheter om hvilket meieriselskap de ønsker å levere til (LMDs brev av 04.12.2003, 2.2.3 side 7 og 8).

LMD begrunnet innføringen av den spesielle kapitalgodtgjørelsen med at melkeprodusenter som leverer til Tine også er selskapets eiere og får utbetalt en del av kapitalavkastningen fra Tines virksomhet. Om et medlem i Tine ønsker å levere melk til et meieriselskap som ikke er knyttet til Tine, vil ikke medlemmet få med seg sin andel av egenkapitalen i Tine. Eierposisjonene er heller ikke omsettelige.

Meieriselskaper utenom Tine stilles dermed både ovenfor et krav til kapitalavkastning til sine eiere og et krav om kompensasjon for at melkeprodusenter mister muligheten for kapitalavkastning fra Tines virksomhet. Disse meieriselskapene blir derfor stilt ovenfor et såkalt "dobbel kapitalavkastningskrav" når de mottar melk fra egne produsenter. Ved en eventuell endring i samvirkeretten som gjør det mulig for melkeprodusentene å få med seg en andel av egenkapitalen ved uttreden av Tine, vil imidlertid forutsetningene for en slik godtgjørelse måtte vurderes på nytt.

LMD viste videre til at Econ har beregnet størrelsen på denne kapitalgodtgjørelsen. Beregningen er relatert til forventet fremtidig egenkapitalavkastning i Tine. LMD foreslo videre at SLF skulle fastsette denne satsen hvert år og at SLF i denne sammenheng skulle legge prinsippene i Econs rapport 2003-053⁴ til grunn, samt justere for endringer i rentenivået som gjennomsnitt for de siste 12 måneder. Ved fremtidige justeringer av satsen mente departementet at det skulle foretas korreksjoner for eventuelle endringer i rentenivå, samtidig som en vurderte øvrige elementer som ligger til grunn for satsfastsettingen.

⁴ Endelig versjon: 2003-053 rev.3

På bakgrunn av dette og LMDs målprisbrev av 06.11.2003, har SLF årlig fastsatt en sats for kapitalgodtgjørelse knyttet til de øvrige satsendringene i PU-ordningen. I henhold til LMDs brev av 11.04.2005 har SLF fra 01.07.2005 lagt til grunn rentenivå som et gjennomsnitt for de siste 36 måneder. Satsen for denne kapitalgodtgjørelse har vært som vist i tabellen nedenfor.

Tabell 4: Sats for spesiell kapitalgodtgjørelse i perioden 2004 - 2012, kr per liter

Periode	1h 2004	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
Sats	0,27	0,24	0,25	0,22	0,26	0,29	0,33	0,35	0,32	0,29

Beregningsmodellen som benyttes til beregning av satsen for kapitalgodtgjørelse, er basert på Econs rapport 2003-052 rev.3. I beregningsmodellen inngår bl.a. en egen beregning for påregnelig avkastningskrav (rente) på egenkapital, en beregning av egenkapital i Tine inkludert beregnet merverdi av Tines egenkapital utover det fremgår av Tines årsregnskap, samt antall liter egenmelk i Tine. Det er videre fastsatt en forretningsbeta på 0,40 og det benyttes en egenkapitalandel for Tine. Totalkapitalen i Tine inklusiv merverdi beregnes ved bruk av en P/B-verdi⁵ på 1,3. Merverdien fremkommer ved bruk av en faktor på $(1,3-1,0)=0,3$ multiplisert med kapitalvolum for Tines foredlingsvirksomhet knyttet til varige driftsmidler og omløpsmidler hentet fra Tines årsregnskap.

Som nevnt har satsen for spesiell kapitalgodtgjørelse vært endret årlig sammen med de øvrige satsendringene i PU-ordningen. Endringene har vært basert på årlige endringer av rentesatsen som inngår, basert på rentenivå som et gjennomsnitt for de siste 36 måneder. Videre har øvrige elementer som kapitalvolum og liter egenmelk vært endret to ganger siden 2004. Det var i 2007 med tall fra 2006 og i 2010 med tall fra 2009. Tabellen nedenfor viser utviklingen i utbetalt tilskudd knyttet til spesiell kapitalgodtgjørelse.

Tabell 5: Utvikling i spesiell kapitalgodtgjørelse i perioden fra 2007 til 2011, kr

	2007	2008	2009	2010	2011
Q-meieriene	14 152 399	14 560 139	16 699 365	19 439 273	22 983 081

Utbetalt tilskudd har økt med ca 8,8 mill. kroner, eller 62 prosent i perioden 2007 til 2011.

2.3.4 Utvikling i de konkurranserettede tiltakene – økonomisk sett

Tabell 6 viser utvikling i utbetalinger til de ulike konkurranserettede tiltakene fra 2006 til 2011. Tabellen viser at de samlede utbetalingene har økt fra 33,8 mill. kroner i 2006 til 129,1 mill. kroner i 2011. Den største delen av dette er differensierte avgifter/tilskudd (0,25 kr/per liter), som i 2011 utgjorde 55,4 mill. kroner.

⁵ Pris/bok-verdi

Tabell 6: Utvikling i utbetalinger til de ulike konkurranserettede tiltakene fra 2006 til 2011, mill. kr

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Differensierte avgifter/tilskudd (0,25 kr/liter)		21,9	50,2	50,5	50,6	55,4
Differensierte avgifter/tilskudd (0,12 kr/liter). Midlertidig tiltak		10,4	23,5	23,4	23,3	12,1
Distribusjonstilskudd til Q-meieriene	19,7	29,9	32,6	34,3	35,6	39,4
Kapitalgodtgjørelse	14,2	14,6	16,7	19,4	23,0	22,9
Avkorting i tilskuddene				0,7	1,2	0,6
Sum	33,8	76,7	123,0	126,9	131,2	129,1

I tabell 7 nedenfor ser vi utviklingen i utbetaling per aktør for de samlede konkurranserettede tiltakene i prisutjevningsordningen fra 2006 til 2011.

Tabell 7: Utviklingen i utbetalingen til de konkurranserettede tiltakene per aktør fra 2006 til 2011, mill. kr

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Tine						
Synnøve Finden	0	17,7	42,1	41,4	40,4	35,8
Q-meieriene	33,8	58,7	79,6	83,8	88,7	90,9
Normilk		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rørosmeieriet	0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,6
Lillehammer ysteri	0	0,1	0,9	1,2	1,5	1,2
Kraft Foods		0,2	0,3	0,4	0,4	0,5
Aksut		0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
SUM	33,8	76,7	123,0	126,9	131,2	129,1

Vi ser av tabellen at tilskuddene har økt alle år i perioden med unntak fra 2010 til 2011 hvor det har vært en liten nedgang.

På grunn av at endringene i ordningen ble innført fra 01.07.2007, er 2008 det første året hvor tilskuddet var gjeldende hele kalenderåret. Samlet tilskudd i 2008 var 123,0 mill. kroner. Per 01.07.2011 opphørte midlertidig tilskudd til Synnøve Finden og Q-meieriene på 12 øre per liter anvendt melk. Det innebærer at 2010 er det siste hele kalenderåret hvor alle de konkurranserettede tilskuddene er gjeldende. Samlet tilskudd i 2010 var 131,2 mill. kroner. Samlet tilskudd per år økte altså med økte med 8,2 mill. kroner (6,7 %) i perioden 2008 til 2010.

Årsaken til at tilskuddene økte i denne perioden er at konkurrentene til Tine har anvendt mer melk enn tidligere. I 2011 brukte de uavhengige aktørene til sammen 19 prosent av melka, mens Tine anvendte om lag 81 prosent av melka. Tilsvarende brukte de uavhengige aktørene 16 prosent av melka i 2007,

mens Tine brukte 84 prosent av melka. De uavhengige aktørene har altså fått en større andel av melkeanvendelsen siden 2007.

Tabell 8 nedenfor viser gjennomsnittlig konkurranserettede tilskudd i kr per liter anvendt melk per aktør. Q-meieriene har hatt høyest gjennomsnittlig tilskudd per liter. Tilskuddet til Q-meieriene økte fra kr 0,47 per liter i 2006 til kr 1,06 per liter i 2010. I 2011 reduseres gjennomsnittlig tilskudd til kr 0,96 per liter, noe som skyldes at et av de konkurranserettede tilskuddene, det på 12 øre per liter, ble avviklet fra 01.07.2011. Etter Q-meieriene er det Synnøve Finden som har fått størst tilskudd. Deres tilskudd var på kr 0,37 per liter i perioden fra 2008 til 2010, mens det ble redusert til kr 0,31 per liter i 2011. De øvrige aktørene, med unntak av Normilk og Tine, har hatt et tilskudd på kr 0,25 per liter i hele perioden.

Tabell 8: Konkurranserettede tilskudd totalt, kr per liter anvendt melk

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Tine						
Synnøve Finden	0,00	0,17	0,37	0,37	0,37	0,31
Q-meieriene	0,47	0,76	0,97	1,01	1,06	0,96
Normilk	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rørosmeieriet	0,00	0,12	0,25	0,25	0,25	0,25
Lillehammer ysteri	0,00	0,08	0,25	0,25	0,25	0,25
Kraft Foods	0,00	0,12	0,25	0,25	0,25	0,25
Aksut						0,25

2.4 Utvikling i markedet for meieriprodukter

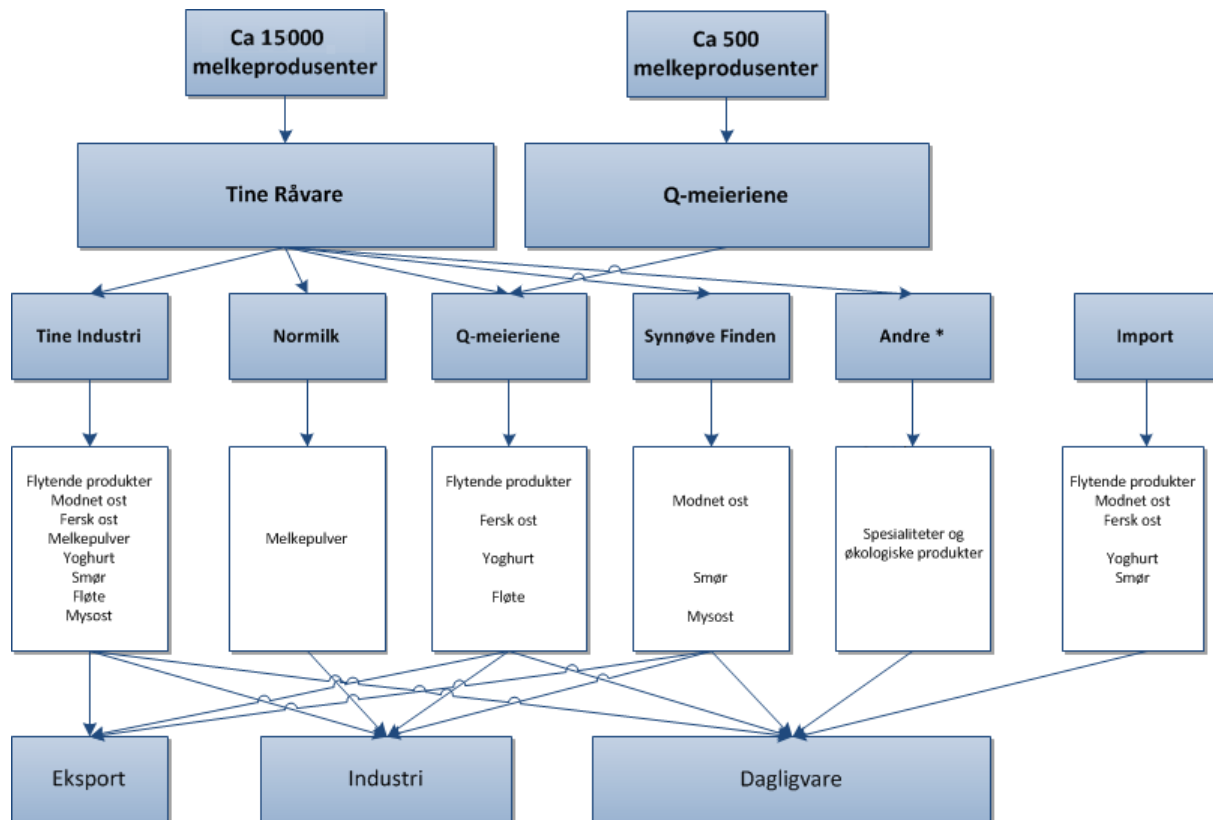
2.4.1 Verdikjeden i meierisektoren

Verdikjeden i meierisektoren består av flere ledd, jf. figur 2 under. Øverst i verdikjeden er melkeprodusentene. Det er om lag 15 500 melkeprodusenter i landet. 97 prosent av melkeprodusentene leverer melken til Tine Råvare, mens de øvrige leverer til Q-meieriene. I det neste produksjonsleddet distribueres råmelken videre til foredlingsbedriftene, hvor alle meieriproduktene blir produsert. Q-meieriene leverer melken hovedsakelig internt i eget selskap, mens Tine Råvare har forsyningsplikt og leverer derfor til samtlige aktører på foredlingsleddet. Tine Industri er den største aktøren på foredlingsleddet, men i de fleste produktmarkedene på dette nivå i verdikjeden er Tine utsatt for en viss grad av konkurranse. Tine møter særlig konkurranse innen produktgruppene melkepulver, modnet ost, fersk ost, konsummelk og yoghurt. Foredlingsbedriftene selger i all hovedsak sine varer videre til dagligvarehandel, storhusholdningskunder og til industrien. I tillegg eksporterer Tine, Synnøve Finden og Q-meieriene produkter til utlandet.

På foredlingsleddet hadde meierisamvirket tilnærmet monopol frem til slutten av 1990-tallet, da Synnøve Finden startet produksjon av ost i større skala. Frem til 2000, da Q-meieriene⁶ ble stiftet, var

⁶ Gårdsmeieriene, som var en forløper til Q-meieriene, startet opp i 1998.

også samvirket i all hovedsak alene om å samle inn melkeråvare fra bøndene. De siste 10 årene har importen av meieriprodukter fått en stadig større betydning. Spesielt importen av ost og yoghurt har økt kraftig. Osteimporten utgjør nå om lag 10 prosent av norsk produksjon.



*Rørosmeieriet, Lillehammer Ysteri, Kraft og Aksut

Figur 2: Verdikjeden i meierisektoren

2.4.2 De ulike markedene

I råvaremarkedet for kjøp av melk fra produsentene (bøndene) er det i dag kun to aktører, Tine Råvare og Q-meieriene. Det innebærer at bøndene har to valg når det gjelder leveranser av melk. Q-meieriene er etablert i Gausdal og på Jæren, og bønder utenom disse områdene har i realiteten kun mulighet for leveranser til Tine.

I produktmarkedene er det flere aktører, men det er stor variasjon fra marked til marked. I markedet for "melkepulver" er det f. eks. to aktører (Normilk og Tine), mens det i "ostemarkedet" er flere aktører.

Prisutjevningsordningens prisgrupper gir oversikt over anvendelsen av melk til ulike produktgrupper. Det er imidlertid ikke alltid samsvar mellom prisgruppene og avgrensning av produktmarkeder i andre sammenhenger. Nielsen Norge definerer f. eks. skyr og kvarg som en del av yoghurtmarkedet, mens dette er produkter som i prisutjevningsordningen defineres som ferske oster.

Tilsvarende avviker prisutjevningsordningens prisgrupper med Konkurransetilsynets inndeling i relevante produktmarkeder i overvåkningsordningen for meierisektoren. Konkurransetilsynet⁷ opererer her med følgende markeder: Ikke-smaksatt melk, Modnet ost, Mysoster, Melkepulver.

Relevante produktmarkeder kan imidlertid avgrensnes videre eller smalere. Konkurransetilsynet⁸ bruker i andre sammenhenger seks relevante produktmarkeder i meierisektoren, hvor blant annet ostemarkedet deles inn i dessert oster og faste oster.

I denne rapporten bruker SLF ulike inndelinger for å beskrive utviklingen i markedene. SLF vil imidlertid bruke inndelingen i prisutjevningsordningen for å vurdere effektene av tiltakene. For de store meieriproduktene vil dette være en relevant tilnærming.

2.4.3 Utvikling i totalmarked og capitaforbruk

Informasjonen i dette punktet er hentet fra Opplysningskontoret for meieriprodukter (OFM) sin presentasjon av markedstall for 2011, samt tidligere rapporter fra OFM. Informasjonen om verdimessig utvikling er hentet fra Nielsens markedsrapporter om dagligvarehandelen.



Totalforbruket av melk (dvs. søtmelk uten smak, søtmelk med smak, syrnet melk uten smak og syrnet melk med smak til dagligvare og storhusholdning) er ifølge tall fra OFM redusert med 2,0 prosent siden 2004. Fra 2007 til 2011 er reduksjonen på 0,1 prosent. Tilsvarende har totalforbruket av yoghurt (inkl. import) økt med 43,7 prosent siden 2004 og med 21,5 prosent siden 2007.

Totalforbruket av ost (inkl. import) økte med 12,1 prosent i perioden fra 2004 til 2011, mens osteforbruket i volum har økt med 8,0 prosent siden 2007. Dette viser at melkeforbruket i volum har en nedadgående tendens i hele perioden, mens totalforbruket av ost og spesielt yoghurt har økt sterkt i hele perioden.

Ifølge OFM drikker vi nå 93,6 liter melk per innbygger. Dette er en nedgang på hele 2,3 prosent sammenliknet med 2010. Grunnet sterk vekst i befolkningen (+1,6 prosent) gir nedgangen per capita større utslag enn på totalt volum. Totalt volum har en nedgang på 0,8 prosent i 2011.

Totalmarkedet for yoghurt fortsetter å øke og økningen tilsvarer omtrent importveksten. I 2011 øker totalt volum med 3,0 prosent, mens per capita forbruket øker 1,4 prosent. Fruktoghurt utgjør 65 prosent av totalt salg av yoghurt og har en nedgang på over 6 prosent per capita. Alle de andre kategoriene av yoghurt har en økning fra 2010.

⁷ Konkurransetilsynet : *Overvåkningsordning for meierisektoren – rapport første halvår 2008*

⁸ *Econ –rapport 2005 -085: Konkurransen i meierisektoren – status og forslag til tiltak. Utarbeidet for Konkurransetilsynet.*

Forbruket av ost øker også, både i totalt volum og per capita. Forbruket av norskprodusert ost gikk ned med 0,3 prosent i 2011 på capita-nivå sammenlignet med 2010.

Siden 2009 har en også hatt økende omsetning av fløte, rømme og smør.

Tabell 9: Utvikling i omsatt volum eller mengde per meieriproduktkategori i periodene 2009 – 2011 og 2004 - 2011, i 1000 liter eller tonn

Meieriprodukt	2004 totalt volum	2005 totalt volum	2006 totalt volum	2007 totalt volum	2008 totalt volum	2009 totalt volum	2010 totalt volum	2011 totalt volum
Melk ¹	473 327	470 415	265 751	464 692	469 181	469 978	467 783	464 084
Rømme ²						16 158	16 548	17 470
Fløte ²						27 228	28 261	31 801
Yoghurt uten import ¹						46 009	47 030	46 770
Yoghurt med import ¹	36 138	31 524	33 437	42 714	44 517	49 145	50 387	51 913
Smør ^{2,3}						10 819	11 820	12 041
Ost uten import ²						73 212	75 199	76 135
Ost med import ²	77 627	80 664	80 557	80 548	82 548	81 925	84 814	87 019

¹ Inkluderer dagligvarer og storhusholdning, eksklusiv industri/ingrediens

² Inkluderer dagligvare, storhusholdning og industri

³ Smør inkluderer også smør-andelen fra blandingsprodukter

Kilde: Opplysningskontoret for meieriprodukter, OFM, melk.no

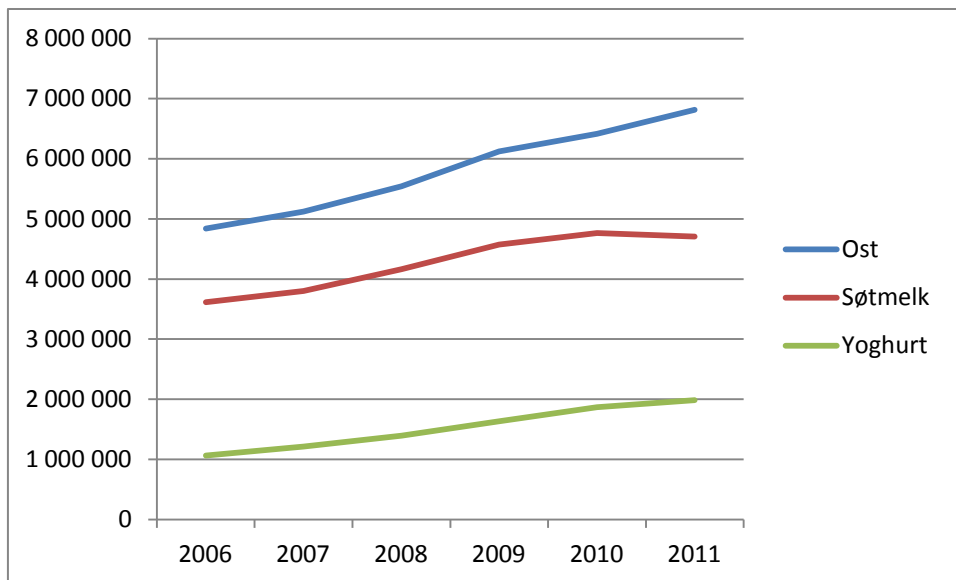
I 2009 utgjorde importen 10,0 prosent av salget av norskprodusert ost. Importen under ordningen utenlands bearbeiding er da holdt utenfor beregningen. I 2010 utgjorde importen av ost 10,6 prosent av norskprodusert ost, mens tilsvarende tall for 2011 er 11,8 prosent. Dette viser at importen av ost får en stadig større betydning i det norske markedet.

Tabellen nedenfor viser utviklingen i importens andel av omsatt mengde yoghurt siden 2007. Vi ser at yoghurtimporten utgjorde 2,8 prosent i 2007, mens den i 2011 utgjorde 8,7 prosent. I tallene for salg av norsk produsert yoghurt er skyr inkludert. Import av yoghurt på kap. 19 og 21 i tolltariffen kommer i tillegg til importen på kap. 4 som tabellen gir en oversikt over.

Tabell 10: Importens andel i det norske markedet for yoghurt i perioden 2007-2011, tonn

	Salg av norskprodusert yoghurt	Ordinær import, kap. 4 i Tolltariffen	Import under utenlands bearbeiding	Omsatt i det norske markedet	Importens markedsandel
2007	41 901	1 195		43 096	2,8 %
2008	44 062	2 711		46 773	5,8 %
2009	46 417	3 120		49 537	6,3 %
2010	47 497	3 355		50 852	6,6 %
2011	47 509	4 549	473	52 531	8,7 %

Figuren nedenfor viser verdimessig utvikling for noen av de største produktgruppene av meierivarer i norsk dagligvarehandel. Figuren er laget med bakgrunn i tall hentet fra Nielsen om den norske dagligvarehandelen for perioden 2006-2011 i nominelle kroner.⁹



Figur 3: Verdimeessig utvikling på ost, søtmelk og yoghurt i norsk dagligvarehandel 2006-2011 (i 1000 kroner)

I henhold til rapportene fra Nielsen har verdien på ost omsatt i den norske dagligvarehandelen økt fra 4,8 mrd. kroner i 2006 til 6,8 mrd. kroner i 2011. Det største segmentet innenfor ost er faste hvitoster, som utgjør rundt 55-56 prosent av verdien i perioden 2006-2011. I 2006 var omsetningsverdien på faste hvitoster om lag 2,7 mrd. kroner, mens i 2011 var verdien på om lag 3,9 mrd. kroner. Omsetningsverdien på søtmelk i norsk dagligvarehandel har økt fra 3,6 mrd. kroner i 2006 til 4,7 mrd. kroner i 2011. For yoghurt har omsetningsverdien økt fra 1,1 mrd. kroner i 2006 til om lag 2 mrd. kroner i 2011. Vi ser av figuren at utviklingen har gått relativt jevnt oppover for både ost og yoghurt.

⁹ Kilde: Niensens markedsrapporter 2007-2012

2.4.4 Norsk produksjon

2.4.4.1 Utvikling på primærleddet

I perioden fra 2004 til og med 2006 gikk melkeproduksjonen ned med 1,3 prosent fra 1 524 mill. liter i 2004 til 1 505 mill. liter i 2006. En opplevde en produksjonstopp i 2007 og produksjonen er gradvis redusert i årene etter. I perioden fra 2007 til 2011 ble produksjonen redusert med om lag 3,4 prosent, til 1 479 mill. liter melk i 2011.

Nedgangen i produksjonen var spesielt stor fra 2010 til 2011, da produksjonen ble redusert med 30 mill. liter, eller 2 prosent.

Tabell 11: produksjon og produksjonsverdi av kumelk

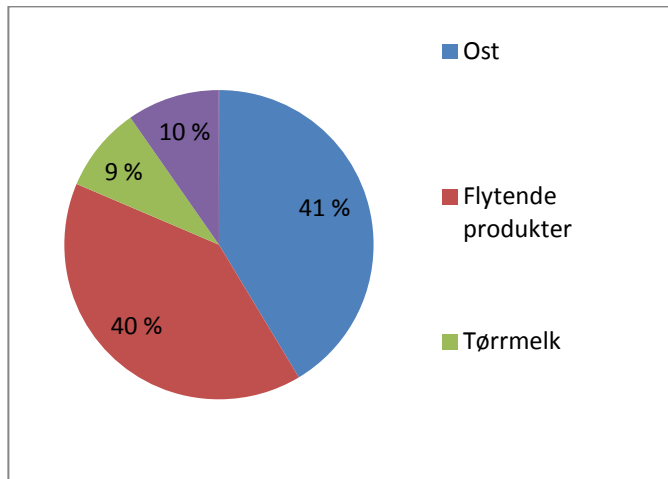
År	Kvantum 1000 liter	Pris Øre/liter	Verdi 1000 kr
2004	1 524 433	344,29	5 248 470
2005	1 516 433	356,73	5 409 572
2006	1 504 539	359,81	5 413 470
2007	1 545 092	384,47	5 940 412
2008	1 530 884	388,02	5 940 155
2009	1 505 367	423,99	6 382 606
2010	1 509 462	445,39	6 722 992
2011	1 479 356	469,73	6 948 979

Kilde: NILF, Totalkalkylen

Utvikling i antall produsenter vises i 2.7 Utvikling i melk fra egne produsenter.

2.4.4.2 Hvordan anvendes norsk melk?

Figuren under viser hvordan norsk melk ble anvendt i 2011.



Figur 4: Anvendelse av melk i prisutjevningsordningen for melk i 2011 (prosent av volum anvendt melk)

41,4 prosent av melken ble i 2011 brukt til produksjon av ost, noe som er en økning fra 40,2 prosent i 2007 og 38,2 prosent i 2004. Produksjonen av ost for det innenlandske markedet utgjør dermed en økende del av den totale anvendelsen av norsk melk.

I 2011 ble 40,0 prosent ble anvendt til produksjon av flytende produkter, herunder yoghurt og rømme. For flytende produkter har utviklingen vært annerledes enn for ost. I 2004 utgjorde flytende produkter 39,2 prosent av all anvendt melk, mens den i 2007 utgjorde 38,8 prosent. Flytende produkter hadde synkende andel av den totale anvendelsen av melk fra 2004 til 2007, mens andelen har gått opp igjen fra 2007 til 2011. For flytende produkter har en at søtmelk reduseres, mens produkter som rømme og yoghurt øker.

8,9 prosent ble brukt til produksjon av tørrmelk i 2011, mens 9,7 prosent av melken ble anvendt til geitmelksprodukter og merkevareeksport.

2.4.4.3 Utvikling per pris- og biproduktgruppe

Anvendelsen av norsk melk har, som tabellen nedenfor viser, variert noe i perioden 2004-2011. Fra 2004 til og med 2006 er den totale anvendelsen av norsk melk redusert med 1,7 prosent, fra 1 539,7 mill. liter til 1 514,0 mill. liter melk per år. Fra 2007 til 2011 har det vært en reduksjon i anvendelsen av norsk melk på 4,1 prosent. Totalt ble det i 2011 anvendt 1 489,2 mill. liter norsk melk. Fra 2010 til 2011 var nedgangen i anvendelsen av norsk melk på 30 mill. liter, eller 2 prosent. Hovedårsaken til nedgangen er lavere leveranser av kumelk til meieri enn i 2010.

Av tabellen under ser vi at det i perioden fra 2007 til 2011 er størst reduksjon i anvendelsen av melk til tørrmelk og modnede oster i industrimarkedet og størst økning i anvendelsen av melk til fersk ost i dagligvaremarkedet.

Tabell 12: Anvendelse av norsk melk 2004-2011 fordelt på prisgrupper (mill. liter)

Nr.	Prisgrupper *	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	Sure smakssatte flytende	35,6	36,6	40,2	44,0	46,7	51,5	51,2	52,6
2	Ikke smakssatte flytende	505,2	497,7	486,1	482,5	486,7	483,5	479,3	472,2
3	Søte smakssatte flytende	21,6	23,8	24,5	26,1	25,8	25,4	28,5	28,5
4	Ferske oster	14,4	14,0	14,9	15,2	16,4	19,2	24,2	30,6
5	Modnede oster	458,0	462,5	455,2	492,7	496,5	505,3	521,0	486,2
6	Geitemelksprodukter	9,8	9,4	9,2	9,0	8,9	10,7	13,3	14,3
7	Tørrmelk	141,8	130,0	133,2	152,2	148,7	123,2	118,1	132,5
8	Flytende produkter	41,0	43,9	49,7	49,6	50,7	49,7	49,9	42,9
9	Ferske oster	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,4	0,4	0,1
10	Modnede oster	115,4	115,2	130,5	115,3	125,1	109,1	101,5	99,4
11	Geitemelksprodukter	10,1	8,7	8,1	9,2	9,8	8,9	2,2	2,2
12	Oster, geitemelksprod., merkevareeksport	149,5	146,1	139,8	155,1	133,4	128,0	130,1	127,8
	Modnede oster markedsregulering	37,2	33,7	22,3	1,6	0,1	-	-	-
Sum		1 539,7	1 521,8	1 514,0	1 552,9	1 549,3	1 514,8	1 519,7	1 489,2

* Prisgruppe 1-6 i tabellen over gjelder dagligvaremarkedet, mens gruppe 7 tørrmelk gjelder alle markeder. Prisgruppe 8-11 gjelder industrimarkedet. I prisgruppe 7 inngår også reguleringsproduksjon av tørrmelk når dette er aktuelt. Markedsregulering av ost inngår i en egen linje i tabellen.

I perioden 2004-2008 ble det gjennomført markedsregulering av tørrmelk ved salg til dyrefôr. Dermed gir ikke PU-prisgruppene et perfekt bilde av anvendelse av melk til tørrmelk i det kommersielle tørrmelksmarkedet i denne perioden.

Anvendelsen av melk til produksjonen av flytende produkter innenfor prisgruppe 1-3 var omtrent uendret fra 2007 til 2011 (-0,1 prosent). Reduksjonen i anvendelsen av melk til drikkemelksproduksjon (prisgruppe 2) var på 2,1 prosent fra 2007 til 2011. Anvendelsen av melk til drikkemelk har gått ned nesten hvert år i hele perioden.

Anvendelsen av melk til sure smakssatte produkter, hvor blant annet yoghurt inngår, til dagligvaremarkedet økte med 19,5 prosent fra 2007 til 2011. Anvendelsen av melk til produksjonen av den søte smakssatte melken økte med 9,2 prosent fra 2007 til 2011.

I markedssammenheng blir ofte sure smakssatte flytende melkeprodukter (inkl. fruktyoghurt) sett i sammenheng med ferske oster som skyr, kesam og



kvarg, og spesielt de ferske ostene som er smakstilsatte. Produksjonen av fersk ost til dagligvaremarkedet er doblet i perioden fra 2007 til 2011, hvor en stor del av denne økningen skyldes ferske oster i ”yoghurtsegmentet”.

Tabellen nedenfor viser anvendelsen av fløte, myse og kjernemelk i perioden 2004 til 2011. Det ble i 2004 anvendt totalt 137,9 mill. liter fløte, myse og kjernemelk med kumelk som råvare. I 2007 økte anvendelsen til 143,1 mill. liter, mens den i 2011 ble redusert til 136,1 mill. liter.

Tabell 13: Anvendelse av fløte, myse og kjernemelk i perioden 2004 -2011 fordelt på biproduktgrupper, mill. liter

Nr.	Biproduktgrupper*	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	Fløte til kremfløteprodukter	31,7	31,0	32,7	33,4	31,4	31,4	32,2	32,7
2	Fløte til smør	23,0	22,5	22,7	22,8	22,6	23,2	24,8	25,5
3	Fløte til smør	15,4	18,2	17,2	20,8	21,3	20,7	19,6	15,5
4	Myse til mysost	62,7	66,7	65,2	65,1	61,5	59,8	62,4	61,8
5	Myse til mysost	4,8	10,2	8,9	1,0	0,8	1,0	0,9	0,6
6	Kjernemelksprodukter	0,3	0,1	-	-	0,3	0,7	0,6	-

*Gruppe 1,2, 4 og 6 gjelder dagligvaremarkedet. Gruppe 3 og 5 gjelder industrimarkedet.

Fløte til kremfløteprodukter økte med 3,2 prosent i perioden fra 2004 til 2006, mens den ble redusert med 2,1 prosent i perioden fra 2007 til 2011.

Anvendelsen av fløte til smør til dagligvaremarkedet ble redusert med 1,3 prosent i perioden fra 2004 til 2006, mens den økte med 11,8 prosent i perioden fra 2007 til 2011. Anvendelsen av fløte til smør til industrimarkedet har hatt motsatt utvikling, med en økning på 11,7 prosent i perioden fra 2004 til 2006. I perioden fra 2007 til 2011 er anvendelsen av fløte til smør i industrimarkedet redusert med 25 prosent.

Myse til mysost til industrimarkedet har hatt en kraftig reduksjon i hele perioden fra 4,8 mill. liter i 2004, til 1,0 mill. liter i 2007 og 0,6 mill. liter i 2011. Myse til mysost til dagligvaremarkedet økte med 4,0 prosent i perioden fra 2004 til 2006, mens den ble redusert med 5,1 prosent i perioden fra 2007 til 2011.

2.4.5 Import

Importen av meieriprodukter under tolltariffens kapittel 4 er økende. I 2000 var importen på vel 4 000 tonn. I 2011 har denne importen økt til 20 000 tonn.

Ost er det dominerende produktet som importeres, og har også økt kraftig. Økningen i importen av ost må ses i sammenheng med at importkvotene har økt i tidsrommet fra 2000 til 2011, men det er også økning i importen utenfor kvote. I 2011 er importen av ost innenfor og utenfor kvote like stor med ca.

4 500 tonn hver. De resterende 1 900 tonnene er importert under ordningen med utenlands bearbeiding (UB), men denne importen er hovedsakelig basert på norskprodusert melk.

Den nest største meieriposisjonen målt i importkvantum er yoghurt og syrnet melk (posisjon 04.03). De tre siste årene har økningen i denne importen vært stor. Smakssatt yoghurt og smakssatt syrnet melk er RÅK-produkter og har gjennom denne ordningen et svakere tollvern enn naturell yoghurt og syrnet melk uten smakstilsetning.

Importen av tørrmelk har vært relativt stabil på i overkant av 500 tonn de siste fire årene. Importen av myse og flytende melk er beskjeden.

Importen av smør og smørprodukter har gjort et hopp i 2011. Fra et nivå på rundt et par hundre tonn i året kom importen i 2011 opp i over 2 000 tonn. Dette henger sammen med den særegne situasjonen med underskudd på smør i det norske markedet høsten 2011.

Tabell 14: Import av melk og meieriprodukt (tolttariffens posisjonsnr. i parentes), tonn

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
flytende melk (0401)	46	101	157	210	68	29	30	49
pulver og kons. melk (0402)	203	310	338	423	533	571	529	528
yoghurt og syrnet melk (0403)	386	955	1 180	1 412	1 462	3 196	5 139	6 374
myse (0404)	192	241	286	224	126	124	85	142
smør (0405)	350	396	329	281	362	353	146	2 082
ost (0406)	6 255	7 431	7 738	8 265	8 450	8 718	9 617	10 905
Totalt	7 432	9 435	10 026	10 815	11 000	12 991	15 546	20 081

Tabell 15: Import av melk og meieriprodukt (tolttariffens posisjonsnr. i parentes), 1000 kr

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
flytende melk (0401)	574	1 233	1 342	1 921	513	468	268	476
pulver og kons. melk (0402)	3 822	6 383	7 918	11 278	16 601	17 504	15 758	16 209
yoghurt og syrnet melk (0403)	4 876	10 044	12 627	15 621	26 292	43 703	59 582	77 269
myse (0404)	7 783	11 288	12 131	10 213	6 600	6 687	3 965	7 921
smør (0405)	5 942	6 682	5 659	4 983	9 585	7 959	4 739	72 750
ost (0406)	308 038	332 081	350 325	394 597	441 125	464 996	493 448	534 376
Totalt	331 033	367 710	390 003	438 612	500 716	541 316	577 760	709 000

2.4.5.1 Økt import av yoghurt

Yoghurtmarkedet er i vekst. Deler av denne veksten dekkes av import. Yoghurtproduksjonen ble redusert med 1,1 prosent fra 2009 til 2010, mens den fra 2010 til 2011 økte den med 2,6 prosent¹⁰.

Det er visse kriterier som må tilfredstilles for at en vare skal klassifiseres som yoghurt på posisjon 04.03. Produkter som fra et forbrukerperspektiv kan oppfattes som yoghurtprodukt vil noen ganger bli klassifisert på posisjon 19.01 (varer på basis av melk) eller på varenummer 22.02.9030 (drikkevarer). Kvarg tariffes som ferskost (posisjon 04.06). Disse tallene er ikke med i framstillingen her. Med unntak av yoghurt naturell (varenummer 04.03.1010) og ferskosten (posisjon 04.06) er alt RÅK-varer. Tabellen nedenfor viser importen av yoghurt på posisjon 04.03 i Tolltariffen.

Tabell 16: Importen av yoghurt på tolltariffens kapittel 4 for 2004-2011 i mengde (tonn) og verdi (mill. kr)

tonn	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Naturell (04031010)	41	143	189	387	352	333	402	674
Frukt/nøtter/bær (04031030)	221	628	915	756	479	2365	2687	3851
Smaksstoffer/kakao (04031091)	28	21	5	52	571	421	267	499
Totalt	290	793	1 108	1 195	1 402	3 119	3 355	5 024
mill. kr								
Naturell (04031010)	0,4	1	2	5	6	5	4	7
Frukt/nøtter/bær (04031030)	2	6	9	7	5	26	23	36
Smaksstoffer/kakao (04031091)	0,4	0,3	0,1	0,5	13	10	6	9
Totalt	3	7	11	13	25	41	33	52

Tollsatsen for naturellyoghurt er kr 8,45 per kg. Her er den største relative økningen. Mye av dette er av typen ”gresk yoghurt”.

For yoghurt med frukt/nøtter/bær er tollsatsen fra 01.09.2011 på kr 3,34 per kg fra EU. Tilsvarende er den for smaksatt/med kakao på kr 3,10 per kg. Økningen er størst i absolutte tall på varenummeret for frukt og nøtter.

I 2011 ble det importert ca. 193 tonn yoghurt med frukt/nøtter/bær etter utenlands bearbeiding. Tilsvarende tall for yoghurt med smaksstoffer/kakao er ca. 280 tonn. Det var i 2010 ikke slik import. Økningen i vanlig import er derfor noe mindre enn hva som framgår av tallene i tabellen ovenfor.



¹⁰Prisgruppe 1 i PU (sure smaksatte) økte med 2,6 %. Det er beregnet ut fra anvendelse av melk at ca. 70 prosent av denne gruppa er yoghurt. Det samme forholdstallet ble beregnet i fjor.

Som sagt blir yoghurtlignende produkter også importert på andre varenummer i tolltariffen. Denne importen kan ikke leses direkte ut fra importstatistikken. Inntrykket er likevel at den har gått noe ned i 2011 sammenlignet med 2010.

2.4.5.2 Import av smør for å sikre forsyning til markedet

Importen av smør økte kraftig i 2011 i forhold til 2010. Norsk produksjon av smør og fløteprodukter økte med 2,1 prosent, samtidig gikk reguleringseksporten av smør ned med 1 800 tonn. På tross av dette var det ikke nok smør på det norske markedet høsten 2011.

Tollen på smør ble administrert ned for å åpne for å importere smør utover importkvoten. Importen av smør i desember 2011 var på grunn av dette svært høy sammenlignet med tidligere år.

Tabell 17: Importen av smør og meierismøreprodukter 2004-2011 i mengde (tonn) og verdi (mill. kr)

tonn	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Smør (04051000)	344	371	309	265	359	348	138	1 767
Meierismøreprodukt (04052000)	-	-	-	-	-	-	-	0
Smørolje (04059000)	3	25	17	7	2	3	5	314
Totalt	348	396	327	273	361	352	143	2 082
mill. kr								
Smør (04051000)	6	6	5	5	9	8	4	59
Meierismøreprodukt (04052000)	-	-	-	-	-	-	-	0
Smørolje (04059000)	0	1	1	0	0	0	0	14
Totalt	6	7	6	5	10	8	5	73

2.4.5.3 Importen av ost øker

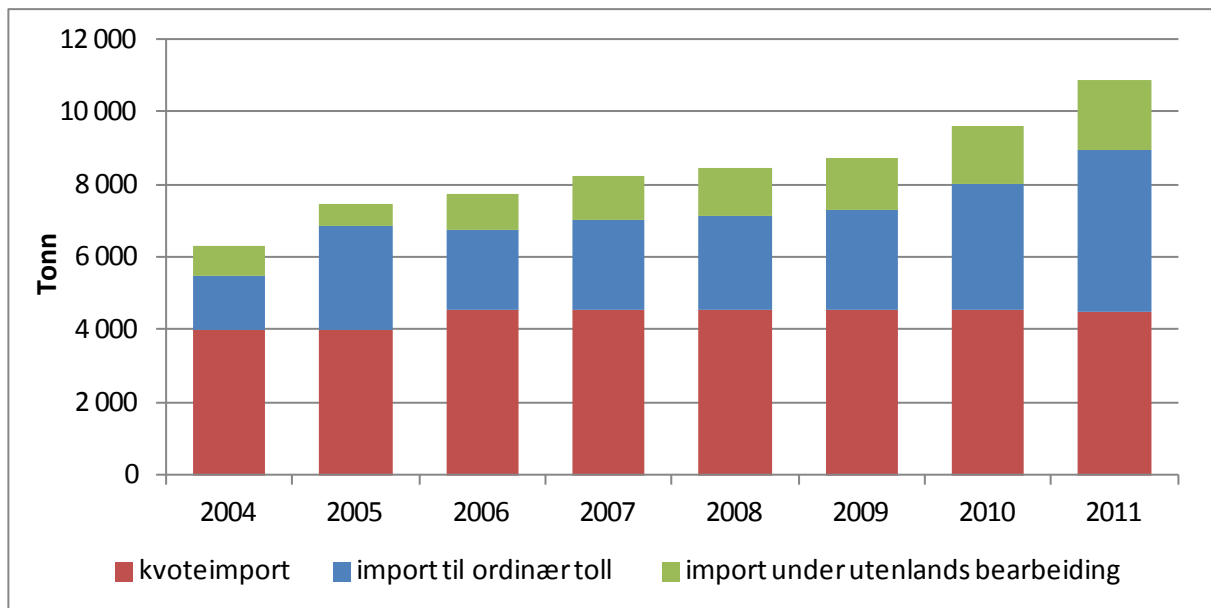
Importen av ost til Norge har økt jevnt de siste årene. I 2011 ble det importert 10 900 tonn ost mot 9 600 tonn i 2010. Dette er en økning på 13 prosent. Dette tallet omfatter ost importert innenfor kvoter, ost som er importert under ordningen med utenlands bearbeiding (UB) og import til ordinær tollsats.



EU hadde i 2011 en kvote på import av ost til Norge på 4 500 tonn. EFTA-landene har en kvote på 90 tonn. Kvoteene blir praktisk talt fullt utnyttet. Fra 01.01.2012 økte EU-kvoteene med 2 700 tonn som skal fordeles på auksjon. De ostene det importeres mest av under kvotene er feta (1 200 tonn), harde guloster (960 tonn), fersk ost (540 tonn) og brie (510 tonn).

Importen under UB øker også. Omfanget var på om lag 1 900 tonn i 2011 opp fra 1 500 tonn i 2010. Det som importeres under UB er i hovedsak fersk ost fra Tyskland (1 300 tonn), men omfanget er økende også av andre oster, som fetaost (240 tonn) og harde guloster (310 tonn).

Importen av ost til ordinær toll øker i 2011 til 4 500 tonn, opp fra 3 600 tonn i 2010 og 2 800 tonn i 2009. Det er de samme ostene som dominerer importen til ordinær toll, som kvoteimporten: fersk ost (1 200 tonn), feta (870 tonn), harde guloster (810 tonn) og brie (620 tonn).



Figur 5: Import av ost til Norge fordelt på import til ordinær toll, import under utenlands bearbeiding og import på kvoter.

Tall utarbeidet av SLF på grunnlag av tall fra SSB og Tollvesenet.

2.4.6 Eksportutvikling

Eksporten av meieriprodukter domineres av ost. Andre meieriprodukter hvor det er en viss mengde eksport er flytende melk og smør. Eksporten av smør var i 2011 lav på grunn av høy etterspørsel og smørmangel i Norge. Det eksporteres en del melk og myse under ordningen for utenlands bearbeiding. Hovedsakelig kommer melken tilbake til Norge som ost, mens mysen returnerer som ingrediens i melkeerstatninger til dyrefôr.

Tabell 18: Eksport av melk og meieriprodukt, tonn

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
flytende melk (0401)	168	435	2 217	1 717	1 747	2 037	3 103	4 619
pulver og kons. melk (0402)	23	18	10	18	49	18	20	297
yoghurt og syrnet melk (0403)	38	24	43	135	7	1	3	2
myse (0404)	0	79	34	284	176	908	733	543
smør (0405)	634	1 645	312	2 354	3 228	3 484	2 221	457
ost (0406)	18 360	18 217	17 946	15 154	14 441	13 356	13 542	14 046
Totalt	19 222	20 419	20 561	19 662	19 647	19 802	19 622	19 963

Tabell 19: Eksport av melk og meieriprodukt, 1000 kr

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
flytende melk (0401)	2 012	3 954	11 515	9 591	9 238	10 828	14 548	23 213
pulver og kons. melk (0402)	1 536	809	523	1 105	1 858	1 050	629	1 822
yoghurt og syrnet melk (0403)	316	213	399	885	115	27	54	45
myse (0404)	8	1 635	60	1 710	1 457	4 852	5 393	4 443
smør (0405)	7 523	18 282	3 711	37 167	51 963	39 795	42 520	11 149
ost (0406)	594 918	578 999	594 075	553 418	522 117	542 126	547 363	550 696
Totalt	606 312	603 892	610 283	603 876	586 748	598 677	610 507	591 367

2.4.6.1 Eksport av ost

Eksporten av ost har i 2011 økt med 500 tonn, opp til 14 000 tonn, (ca. 4 prosent) i forhold til 2010. Det er eksport på varenummeret 04.06.9099 som står for 90 prosent av osteeksporten. Oster som Jarlsberg, Norvegia, Ridder og Synnøve Findens gulost vil klassifiseres på dette tollvarenummeret. Eksporten på dette varenummeret økte med ca. 450 tonn. Det er også økning i eksporten av mysost og annen hvitmuggost enn brie og camembert. På fersk ost er eksporten noe redusert fra 2010, men likevel en god del høyere enn i 2009.

Det ble eksportert ca. 190 tonn ost gjennom ordningen for utenlandsk bearbeiding (UB) i 2011. 138 tonn av dette er eksportert på varenummer 04.06.9099 og var omtrent uendret fra 2010. Resten av eksporten under UB var fersk ost på varenummer 04.06.1009 som økte fra 26 tonn i 2010 til 54 tonn i 2011.

Det er USA, EU, Canada og Australia som er de viktigste markedene for eksport av norsk ost. USA er det største markedet for norsk ost, mens EU er marked nummer to. Andre land er av mindre betydning når det gjelder eksporten av ost enn de var i 2005 og 2006.

2.4.7 Priser og kostnader

2.4.7.1 Utvikling i råvarekostnad

Utviklingen i noteringsprisen, justert for tilskudd og avgifter i PU, beskriver hvilken endring aktørene har hatt i sine råvarekostnader.

Målprisen på melk har fra første halvår 2004 og frem til første halvår 2012 økt med nesten 1 krone per liter, eller ca. 26 prosent. Noteringsprisen har stort sett fulgt målpris med noen få unntak. Vi har satt opp utviklingen i målpris og noteringspris på melk som råvare i tabellen nedenfor.

Tabell 20: Utvikling i målpris, styringspris og noteringspris på melk som råvare, kr/l

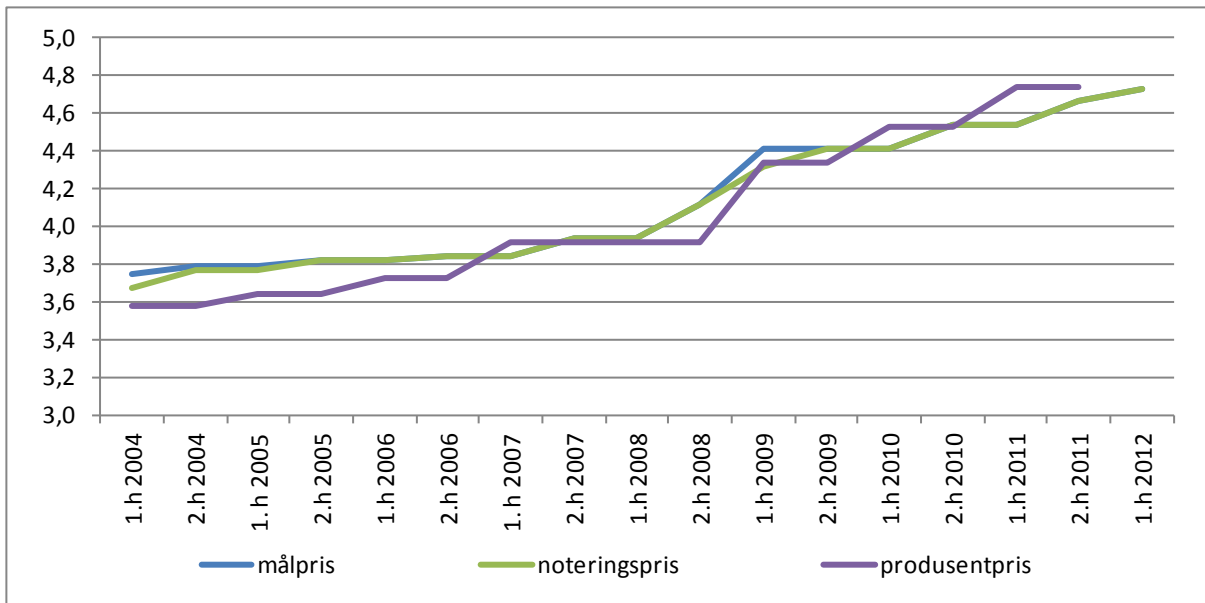
	1.h	2004/	2005/	2006/	2007/	2.h	1.h	2009/	2010/	2.h	1.h
	2004	2005	2006	2007	2008	2008	2009	2010	2011	2011	2012
målpris	3,75	3,79	3,82	3,84	3,94	4,11	4,41	4,41	4,54	4,66	4,73
styringspris		3,77									
noteringspris	3,67	3,77	3,82	3,84	3,94	4,11	4,32	4,41	4,54	4,66	4,73

Pris til produsent fra Tine SA har økt mer enn målpris. Fra å være 3,58 kr per liter i 2004 (ca. 20 øre under målpris) har den i 2011 for første gang ligget over målpris. Prisen til produsent var da 4,74 kr per liter som er 20 øre over målpris i første halvår 2011 og 8 øre over i andre halvår 2011.

Tine betaler ut avkastning fra Tine Industri gjennom en betaling per liter melk som hvert medlem leverer. Slik SLF oppfatter det har Q-meieriene valgt å følge opp denne ekstrabetalingen for å konkurrere om produsentene. I tillegg mottar Q-meierienes produsenter en merbetaling per liter melk i forhold til det som Tine betaler til sine medlemmer. I tabellen nedenfor er utviklingen i utbetalt pris til produsent fra Tine SA.

Tabell 21: Utbetalt pris til produsent fra TINE SA, kr/l

År	pris
2004	3,58
2005	3,64
2006	3,72
2007	3,91
2008	3,91
2009	4,34
2010	4,53
2011	4,74



Figur 6: Utvikling i målpris på melk som råvare, noteringspris og pris til produsent for melk.

2.4.7.2 Utvikling i priser på sluttprodukt

SLF har sett på engros- og forbrukerprisutvikling i perioden 2004 til 2011. Dataene vi har sett på er NILFs indekser for matvarepriser og data fra Nielsens Markedsrapporten Dagligvarer. Dataene som ligger bak NILF-tallene er ikke sammenlignbare med dataene fra Nielsen, men begge kildene viser den samme tendensen med størst prisøkning på drikkemelk og yoghurt, og lavest prisøkning på ost.

NILF publiserer månedlige indekser for utviklingen i priser på engros- og detaljistnivå for en rekke matvarer, også for melk og meieriprodukter. Nedenfor er satt opp beregnede årlige gjennomsnittsverdier disse månedsindeksene.

På engrosnivå viser tallene at det er en gjennomsnittlig prisøkning på meierivarer på 37 prosent fra 2004 til 2011. Melk, yoghurt og fløte økte mest i pris med 44 prosent, mens ost har økt minst med 26 prosent. På forbrukernivå viser indeksen for mat- og alkoholfrie drikkevarer en øking på 15 prosent fra 2004 til 2011 mens meierivarer viser en prisøkning på 33 prosent. Prisen på meierivarer har da økt mer enn prisen på andre matvarer. Tallene viser også at prisene økte noe mer på engrosnivå enn hva prisene til forbruker gjorde. Melk, yoghurt og fløte er kategorien som økte mest mens ost økte minst i pris.

Tabell 22: Indeks for utvikling i engros- og forbrukerpriser, beregnet gjennomsnitt per år, 2004 - 2011 (1998 = 100)

Verdier	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	endring	endring	
									2004-	2007-	
									2011	2011	
Engros- nivå	Meierivarer	114	118	122	127	136	147	152	156	37 %	23 %
	Melk, yoghurt og fløte	114	118	124	132	143	155	160	163	44 %	24 %
	Smør	123	130	133	136	145	157	163	168	37 %	23 %
	Ost	114	116	118	119	125	135	140	144	26 %	21 %
Forbruker- nivå	Mat- og alkoholfrie drikkevarer	106	108	110	113	117	122	122	122	15 %	9 %
	Meierivarer	103	105	110	115	124	133	136	137	33 %	19 %
	Melk, yoghurt og fløte	109	112	120	127	138	150	156	156	44 %	23 %
	Smør	106	107	110	115	127	140	146	149	41 %	30 %
	Ost	95	96	97	99	106	112	111	113	19 %	14 %
	Andre melkeprodukter	102	106	107	112	119	126	131	131	29 %	18 %

Kilde: NILF

Nielsen har gjennom Scantracksystemet tilgang på omsetningen av varer gjennom de fire store dagligvarekjedene i Norge. Markedsrapporten Dagligvarer i Norge gir gjennom flere år den oversikten som er gjengitt i tabellen nedenfor. Her har SLF satt sammen omsetningsverdi og -kvantum per kategori og beregnet en gjennomsnittlig pris per enhet for å se på utviklingen i denne over perioden fra 2004 til 2011.

Det er som for NILF-tallene, melk som har hatt den største prisøkningen i butikk med 53 prosent prisøkning. Smør og yoghurt ligger i mellomsjiktet med henholdsvis 45 og 46 prosents prisøkning. Ost har hatt lavest prisøkning i perioden med 26 prosent. Rømme/fløte har og hatt relativ lav prisøkning med 34 prosent.

Tabell 23: Omsetning av meierivarer gjennom dagligvarekjedene i Norge i verdi og kvantum

salg i verdi, mill. kroner	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	endring	endring
									2004-	2007-
Melk	3 948	4 087	4 388	4 690	5 184	5 789	6 039	6 020	52 %	28 %
Ost	4 385	4 619	4 835	5 123	5 548	6 131	6 416	6 814	55 %	33 %
yoghurt	904	942	1 061	1 211	1 388	1 632	1 865	1 983	120 %	64 %
rømme/fløte/++	1 266	1 291	1 346	1 436	1 562	1 722	1 825	1 932	53 %	35 %
Smør	207	207	204	215	242	277	314	377	82 %	75 %
salg i kvantum										
melk, 1000 l	387 166	384 446	378 966	377 523	382 381	389 715	388 801	385 442	0 %	2 %
ost, 1000 kg	53 150	55 588	56 763	58 074	59 651	61 568	63 148	65 799	24 %	13 %
yoghurt 1000 kg/l	30 124	31 282	33 783	36 380	38 694	42 401	44 835	45 257	50 %	24 %
rømme/fløte/++ 1000 l	29 165	29 350	29 720	29 648	29 884	30 728	31 655	33 185	14 %	12 %
smør 1000 kg	5 088	4 868	4 670	4 713	4 829	5 041	5 570	6 394	26 %	36 %
beregnet pris kr/enhet										
Melk	10,20	10,63	11,58	12,42	13,56	14,86	15,53	15,62	53 %	26 %
Ost	82,51	83,09	85,19	88,21	93,01	99,58	101,61	103,56	26 %	17 %
Yoghurt	30,00	30,10	31,41	33,28	35,87	38,49	41,61	43,83	46 %	32 %
rømme/fløte/++	43,41	43,99	45,28	48,43	52,28	56,04	57,67	58,21	34 %	20 %
Smør	40,78	42,58	43,69	45,68	50,03	54,93	56,40	58,95	45 %	29 %

Kilde: Nielsen, Markedsrapporten Dagligvarer i Norge, utgavene fra 2007 til 2012

2.4.7.3 Overvåkingsordningen i meierisektoren

Konkurransetilsynet presenterer for hvert halvår resultater fra overvåkingsordningen i melkesektoren.

Rundt 50 enkeltprodukter inngår i ordningen. Ved utvelgelsen av produktene har intensjonen vært å inkludere de viktigste volumproduktene til Tine og/eller produkter der Tine møter sterk konkurranse, samt enkelte referanseprodukter i hver kategori av meieriprodukter.

Testen i bruttomarginovervåkingen går ut på å vurdere om Tines netto salgspriser er tilstrekkelig til å dekke samtlige av Tines foredlingskostnader, gitt ved alle faste og variable produkter, samt normert avkastning på egenkapitalen, ved å produsere produktet. Når bruttomarginen minus alle relevante foredlingskostnader (inkludert kapitalkostnader) er lik null, har Tine akkurat kostnadsdekning. Dette nivået defineres som kritisk verdi for bruttomarginen. Synker bruttomarginen under dette nivået er kritisk verdi brutt. Konkurransetilsynet informerer i sine rapporter om at et brudd på kritisk verdi for ett enkelt produkt bare gir en første indikasjon på en mulig marginskvis, da det kan foreligge andre årsaker til bruddet enn konkurranseskadelig marginskvis. I tabellen nedenfor ser vi resultatene fra overvåkingen siden den ble innført i 2008.

Tabell 24: Oversikt over brudd på kritisk verdi i perioden 1. halvår 2008 – 1. halvår 2011

Periode	Brudd på kritisk verdi
	Antall produkter
1. halvår 2008	14
2. halvår 2008	15
1. halvår 2009	10
2. halvår 2009	8
1. halvår 2010	7
2. halvår 2010	6
1. halvår 2011	2

Kilde: Konkurransetilsynet

Antall produkter som har hatt brudd på kritisk verdi er redusert hvert halvår fra andre halvår 2008, fra 15 produkter i 2008 til to produkter i første halvår 2011.

2.4.8 Andre trekk ved markedet for meieriprodukter

2.4.8.1 Nylanseringer

Nielsen gjorde i sin markedsrapport for 2012 en undersøkelse om nylanseringer av produkter i dagligvarekjedene. I denne undersøkelsen definerte Nielsen nylanseringer som produkter som i 2010 hadde omsetning lik null og som i 2011 hadde mer enn 1000 kr i omsetning. Antall nylanserte produkt i dagligvarekjedene var i 2011 på 5250, opp fra ca. 4500 i 2009 og 2010. Det fremgår ikke av rapporten hvor mange av disse som er meieriprodukt.

Tine var den leverandøren til dagligvarekjedene som hadde størst omsetning på sine nylanserte produkter.

Melk var den gruppen varer som hadde nest høyest omsetning av nylanserte varer. Topp tre nylanseringer innen gruppen melk var Tines lettmeik på 1,75 liters kartong, Q-meierienes lettmeik på 1,75 liters kartong og Tines ekstra lett melk på 1,75 liters kartong. Disse tre utgjorde en omsetning på 381 mill. kroner av 484 mill. kroner innen gruppen av nylansert melk.

Yoghurt var den sjetteste største gruppen av nylanseringer, men nest største av nylanserte meieriprodukt. Omsetningen av nylanserte yoghurter i 2011 utgjorde 190 mill. kroner. Topp tre av nylanserte yoghurter var Yoplait safari 8-pkn, Sprett fruktmiks og Sprett banan. Disse utgjorde en omsetning på 87 av 190 mill. kroner.

2.4.8.2 Egne merkevarer (EMV)

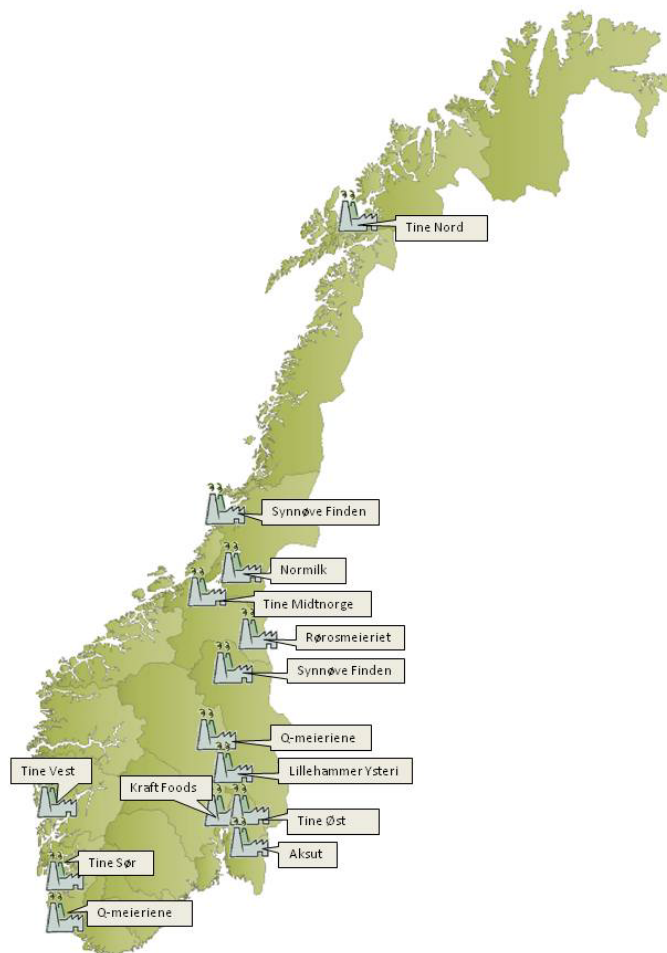
Nielsen presenterte i markedsrapporten for 2011 tall for omsetningen av kjedenes egne merkevarer. I 2010 utgjorde EMV en omsetning på 17,6 mrd. kroner, tilsvarende 11,9 prosents andel av total omsetning på ca. 148 mrd. kroner.

Melk tilhører kategorien drikkevarer. Innen denne kategorien solgte kjedenes EMV for 2,4 mrd. kroner i 2010 og hadde en vekst på 3,2 prosent. Andelen EMV var 11,4 prosent. Størst var andelen innen juice (27,5 prosent), kaffe (17,3 prosent) og konsentrerte drikker (14,4 prosent). EMV hadde derimot en verdinedgang i juice og konsentrerte drikker, på henholdsvis 4,8 og 1,3 prosent.

For ost svekket posisjonen til kjedenes egne merker seg i 2011. EMV hadde en verdiandel på 6,4 prosent i 2011, noe som tilsvarte en tilbakegang på 0,5 prosentpoeng i forhold til 2010. Industrimerkene styrket seg tilsvarende med 0,5 prosentpoeng, og kunne vise til en verdiandel på 93,6 prosent i 2011.

2.5 Aktørene i prisutjevningsordningen

Det er i dag totalt åtte meieriselskaper med i prisutjevningsordningen. De fire største aktørene er betydelig større enn de andre. Dette er foruten Tine, Normilk, Synnøve Finden og Q-meieriene.



Figur 7: Aktører i prisutjevningsordningen for melk (Tine er representert per region)

Denne delen av rapporten er bygd opp med en gjennomgang av hver aktør. Vi har ikke tatt med Aksut AS fordi vi har lite tilgjengelig tallmateriale om Aksut. Tall fra Aksut vil imidlertid inngå i samletabeller, men det vil ikke bli en egen vurdering av selskapet. Innledningsvis for hvert selskap gis en kort oppsummering av historie, eierforhold, anleggsstruktur og meieriernes viktigste produkter. For hver aktør omtales også markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU samt økonomiske nøkkeltall, se nærmere omtale av dette nedenfor. I tillegg har aktørene fått mulighet til å komme med egne innspill, som er innarbeidet i et eget avsnitt avslutningsvis for hver aktør.

2.5.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

Det opereres med ulike avgrensninger av produktmarkedene i melkesektoren. I denne delen har vi tatt utgangspunkt i markedsrapportene fra Nielsen for å si noe om markedsandeler. Nielsens rapporter dekker den norske dagligvarehandelen, inkludert import.

Ved hjelp av resultatregnskaper fra Brønnøysundregistrene kan en beregne selskapenes omsetningsvekst. Omsetningsveksten viser hvorvidt selskapene har en positiv utvikling, og kan dermed gi en indikasjon på hvordan selskapet klarer seg i markedet. Omsetningsveksten beregnes ved å dividere differansen mellom årets og fjorårets driftsinntekter med fjorårets driftsinntekter og multiplisere med 100.

I tillegg ser vi på aktørenes andeler av totalt anvendt råvare i PU, både innad i hver pris- og biproduktgruppe og totalt i hovedmelkeanvendelsen og i biproduktanvendelsen. Importen er ikke inkludert i disse tallene, og det er ikke nødvendigvis fullt samsvar mellom markedsandeler hentet fra Nielsen-rapportene og andeler i PU. SLF gjør oppmerksom på at reglene for rapportering til PU ble endret i 2009. Endringene førte til at osterstatninger og mysoster med lavt innhold av myse ble omfattet av ordningen. Endringene angår prisgruppene og biproduktgruppene der ost og myse inngår, med unntak av merkevareeksport.

I denne rapporten er det således benyttet innrapporterte kvanta til melkeregnskapet i PU, både totalt for hver pris- og biproduktgruppe i ordningen og for den enkelte aktør. Det er første gang SLF benytter deler av disse dataene offentlig. Tallene som er benyttet, er historiske og ikke nødvendigvis representative for dagens situasjon. SLF vurderer tallene som vesentlige for å kunne vurdere utviklingstrekk i markedet med hensyn på andeler. SLF legger i denne sammenheng også til grunn et prinsipp om meroffentlighet og etterprøvbarehet av analyser og vurderinger. Bruken av tallene er lagt frem for referansegruppen for evalueringen. Referansegruppen hadde ingen innvendinger mot at data fra melkeregnskapet benyttes i rapporten.

2.5.2 Økonomiske nøkkeltall

En bedrifts økonomiske situasjon kan analyseres ved hjelp av ulike økonomiske nøkkeltall. Hvorvidt en bedrift er i en god og trygg økonomisk situasjon som gir basis for videre drift og fremtidig ekspansjon, er sammensatt av bedriftens evne til å gi avkastning på den investerte kapitalen til sine eiere, betjene forpliktelsene til sine kreditorer og evne til å tåle tap i lavkonjunktur eller under annen negativ ytre påvirkning. Dette kan analyseres ved hjelp av nøkkeltall som viser lønnsomhet, likviditet og soliditet. I tillegg vil vi se på kontantstrøm for de tre største meieriselskapene; Tine, Q-meieriene og Synnøve Finden.

- **Lønnsomhet:** Lønnsomhet er et mål på bedriftens evne til å skape en høyere verdi på varene eller tjenestene den selger enn verdien på innsatsfaktorene. Økonomisk lønnsomhet er fundamentalt for langsiktig utvikling av en virksomhet og legger grunnlag for virksomhetens

muligheter for ekspansjon samt generering av og tilgang på kapital. Lønnsomheten kan vurderes ved hjelp av nøkkeltall som driftsmargin, egenkapitalrentabilitet og totalrentabilitet.

Driftsmarginen viser driftsresultat i prosent av driftsinntekter. Det er imidlertid viktig å hensynta hvilken bransje et selskap opererer i. Et relevant måletall for å sammenligne med meieriindustrien er driftsmarginen i norsk matindustri. I 2010 var den på 4,0 prosent¹¹ (NILF, 2012). Driftsmargin beregnes ved driftsresultat delt på driftsinntekter, multiplisert med 100.

Egenkapitalrentabilitet er et mål på bedriftens evne til å levere avkastning på egenkapitalen, det vil si den kapitalen som eierne har investert i selskapet. Et relevant måletall til sammenligning med meieriindustrien er egenkapitalrentabiliteten i norsk matindustri. I 2010 var den på 16,2 prosent (NILF, 2012). Egenkapitalrentabilitet beregnes ut i fra følgende formel: $\text{Årsresultat} / ((\text{Sum egenkapital} + \text{Sum egenkapital året før}) / 2) * 100$.

Totalrentabilitet er et mål på bedriftens lønnsomhet, nærmere bestemt på bedriftens avkastning på investert egenkapital og gjeld. Hva kravet til totalrentabiliteten for en bedrift bør være vil variere avhengig av type bedrift og type industri, eiernes risikovillighet, konjunkturer, osv. Et relevant måletall for å sammenligne med meieriindustrien er totalrentabiliteten i norsk matindustri. Den var på 9,9 prosent i 2010 (NILF 2012). Totalrentabilitet beregnes ut i fra følgende formel: $(\text{Driftsresultat} + \text{Renteinntekter}) / ((\text{Sum eiendeler} + \text{Sum eiendeler året før}) / 2) * 100$

- **Likviditet:** At et selskap er likvid vil si at det er i stand til å betjene sine forpliktelser på kort sikt. Dette kan både være et resultat av at bedriften genererer en sterk kontantstrøm og/eller at bedriften har tilstrekkelig med likvide omløpsmidler til å betjene sin kortsiktige gjeld. Bedriftens evne til å betjene sin kortsiktige gjeld kan måles i nøkkeltall som likviditetsgrad 1, likviditetsgrad 2 og arbeidskapital i prosent av driftsinntekter. Likviditetsgrad 1 beregnes ut fra sum omløpsmidler delt på sum kortsiktig gjeld. For likviditetsgrad 2 er formelen den samme, men her er varelager trukket fra omløpsmidlene. Arbeidskapital i prosent av driftsinntekter beregnes ved at differansen mellom sum omløpsmidler og kortsiktig gjeld deles på driftsinntekter og multipliseres med 100.

Etter læreboken skal likviditetsgrad 1 være tilnærmet 2. Dette vil si at verdien av omløpsmidlene skal være det dobbelte av den kortsiktige gjelden. Likviditetsgrad 2 beskriver mer eller mindre det samme som likviditetsgrad 1, men den minst likvide formen for omløpsmidler, varelageret, er trukket fra. Etter læreboken skal likviditetsgrad 2 være på tilnærmet 1. Begge likviditetsgradene kan variere mellom bransjer. Norsk matindustri hadde en likviditetsgrad 1 på 1,2 i 2010 (NILF, 2012).

- **Soliditet:** En bedrifts evne til å tåle tap kalles soliditet. En bedrift med god soliditet har evnen til å tåle tap uten å havne i en situasjon med negativ egenkapital. En bedrifts soliditet kan måles i nøkkeltall som egenkapitalandel.

Egenkapitalandel er et mål på hvor stor andel av eiendelene som er finansiert ved hjelp av egenkapital relativt til gjeld. Et selskap med en høy andel egenkapital vil være mer robust i en midlertidig ulønnsom situasjon. Hva som er optimal egenkapitalandel varierer langs mange dimensjoner, som hvorvidt bransjen er syklisk, investorenes risikovillighet, osv.

¹¹ Nøkkeltallene for norsk matindustri, hentet fra NILF, omfatter aksjeselskaper, mens samvirkebedriftene ikke inngår i nøkkeltallene.

Egenkapitalandel beregnes ved at sum egenkapital deles på sum eiendeler. Norsk matindustri hadde en egenkapitalandel på 46,1 prosent i 2010 (NILF, 2012).

- Kontantstrømsanalyse: En kontantstrømsanalyse viser hvorvidt selskapet faktisk genererer positive kontantstrømmer, eller om et eventuelt overskudd kun er av regnskapsmessig karakter. Det kan skilles mellom kontantstrøm fra drift, til investeringer og finansiering. En virksomhet må, over tid, ha positiv kontantstrøm fra driften for å dekke behovet for nødvendige investeringer og betjene gjeld og egenkapital. Negativ kontantstrøm fra driften kan i kortere perioder finansieres gjennom stopp i investeringer, salg av driftsmidler eller tilførsel av ny kapital.

2.5.3 Tine SA

Tine SA er den største aktøren innenfor meieriindustrien i Norge, og et av Norges største næringsmiddelkonsern. I 2011 bearbeidet Tine til sammen 1,2 mrd. liter melk til 500 ulike meieriprodukter. Tine har dessuten sterke merkevarer, som TineMelk og Norvegia.

Tine er pr. 2011 organisert i et samvirkekonsern (Tine Gruppa) med et morselskap (Tine SA). Morselskapet eies av ca 15 000 andelseiere (melkebønder) og melkeproduksjonen foregår på over 11 000 bruk. Tine SA har ca 40 produksjonsanlegg, to sentrallagre og fire terminaler fordelt på 5 regioner. I tillegg har Tine heleide og deleide datterselskaper innen annen næringsmiddelvirksomhet. Totalt har Tine ca 5 500 ansatte (2011).

Tine er markedsregulator, og har både mottaksplikt og forsyningsplikt¹² på melk. Tine er dermed pliktig til å ta imot melk fra alle produsenter samt smør¹³ fra uavhengige meieriselskaper, og de har plikt til å forsyne alle meieriselskaper som deltar i prisutjevningsordningen for melk med råvare i henhold til regelverket for forsyningsplikten. Tine Råvare selger melk til noteringspris tillagt fraktkostnader til de aktører som ønsker å kjøpe melk under forsyningsplikten.

2.5.3.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

En gjennomgang av Nielsens markedsrapporter viser at for perioden 2006 til 2011¹⁴ er Tine er den største leverandøren innenfor de fleste grupper av meierivarer; søtmelk, syrnet melk, smaksatte melkedrikker, smør, ost, rømme, fløte og yoghurt. Tine er også størst innenfor de fleste grupper av ost.

Tine var den største leverandøren av søtmelk i 2011, i følge *Markedsrapporten 2012 Dagligvarer i Norge* fra Nielsen. Tine hadde en verdimesig segmentandel på 83,7 prosent i søtmelksmarkedet. Dette var en nedgang på 1,8 prosent sammenlignet med 2010. På smaksatte melkedrikker hadde Tine en verdimesig segmentandel på 80,1 prosent i 2011. Tine var også største aktør innenfor ostemarkedet totalt med en markedsandel på 61,7 prosent i 2011 og 61,1 prosent i 2010. I henhold til

¹² For flytende produkter er det en begrensning på 15 mill. liter pr. anlegg pr. år (for forsyninger utover dette stilles det krav om leveranser fra egne leverandører), mens for ikke flytende produkter er forsyningsplikten ubegrenset (gitt at det er nok melk).

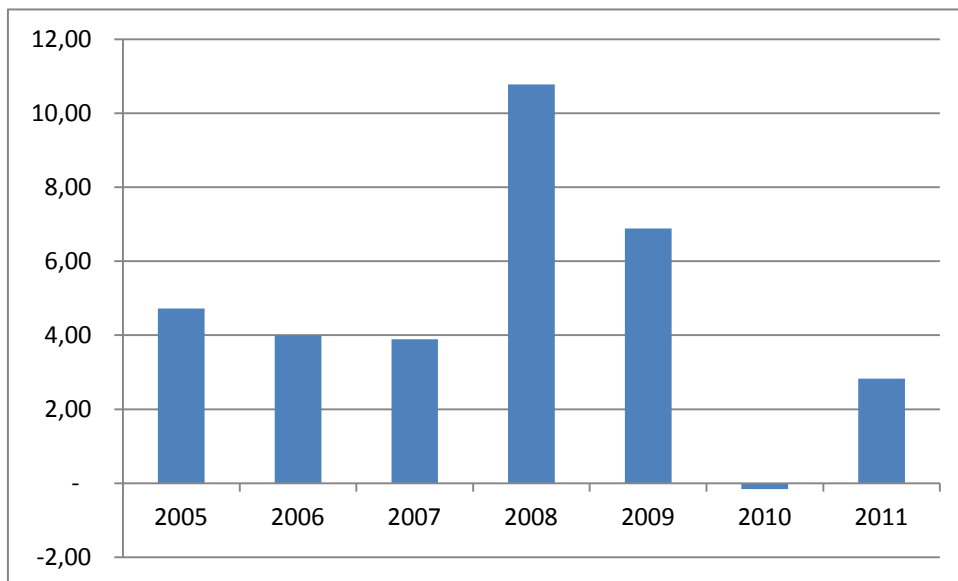
¹³ Mottaksplikt for smør gjelder i tilfeller hvor det benyttes reguleringsmidler til eksport av smør.

¹⁴ Kilde: Nielsens markedsrapporter 2007-2012

Nielsens rapport var Tines Norvegia det største produktet innen varegruppen ost. Også innenfor rømme og fløte var Tine den største aktøren i norsk dagligvarehandel med markedsandel på 92,7 prosent i 2011.

I Nielsens *Markedsrapporten 2007 Dagligvarer i Norge*, som beskriver dagligvarehandelen i 2006, hadde Tine en verdiandel på 62,1 prosent på ost totalt. Sammenlignet med 2011 er Tines andel på samme nivå, men har gått litt ned i perioden. Innenfor rømme- og fløteprodukter var Tines markedsandeler på 95,4 prosent i 2006, og det har dermed vært en liten nedgang for Tine innenfor disse produktene. De andre produktene er ikke beskrevet detaljert i Nielsens rapport fra 2007.

Tines omsetningsvekst er vist i figuren nedenfor. Den er beregnet ut fra tall i Brønnøysundregistrene for Tine Konsern.



Figur 8: Tines omsetningsvekst i prosent 2005-2011

Tine er også den største aktøren i prisutjevningsordningen for melk. Selskapet rapporterer i samtlige prisgrupper og biproduktgrupper. Ikke smaksatte flytende produkter i dagligvaremarkedet og modnede oster i dagligvaremarkedet er Tines to største volumgrupper innenfor hovedmelkeanvendelsen. Av biprodukter anvender Tine mest i gruppa for mysoster i dagligvaremarkedet. Tines andeler i hovedmelkeanvendelsen i PU er vist i figuren under.

Tabell 25: Andeler beregnet ut fra totalt volum i hovedmelkeanvendelsen i PU¹⁵

Prisgrupper	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1 Sure smaksatte dgl.vare	99,3	99,2	99,3	99,5	99,1	98,1	98,4	98,6
2 Ikke smaksatte dgl.vare	94,7	91,3	89,5	88,3	88,4	87,7	87,5	85,8
3 Søte smaksatte dgl.vare	93,7	94,1	93,9	94,0	94,1	95,1	91,3	90,8
4 Ferske oster dagligvare	99,0	99,0	88,3	90,3	90,8	85,7	74,6	70,9
Modnede oster								
5 dagligvare	85,1	80,5	77,2	81,6	80,3	79,5	79,0	76,2
Geitemelkprodukter								
6 dgl.vare	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
7 Tørrmelk og kasein	63,8	57,6	56,5	58,5	57,6	48,7	44,1	49,6
8 Flytende prod. industri	99,8	99,9	100,0	100,0	99,9	100,0	100,0	100,0
9 Ferske oster industri	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
10 Modnede oster industri	81,0	75,2	72,6	72,4	66,0	68,7	75,0	70,7
11 Geitemelksprodukter ind.	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Oster, geitem. prod.								
12 mv.eksp.	99,7	99,8	99,8	99,8	99,2	99,8	99,9	99,8
Markedsregulering ¹⁶	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		
Sum prisgrupper	88,9	85,6	83,3	84,2	82,9	82,5	82,3	80,6

Tine er den største aktøren innenfor de fleste prisgruppene. Tine er dessuten eneste aktør i prisutjevningsordningen som anvender geitemelk, og har derfor hundre prosent andel i geitemelksgruppene i PU. I tillegg har Tine tilnærmet hundre prosent andel innenfor merkevareeksport samt flytende produkter og ferske oster til industrimarkedet.

Tine har tapt andeler innenfor de fleste prisgrupper i løpet av perioden 2004 til 2011. Tines samlede andel av hovedmelkeanvendelsen i PU har sunket jevnt gjennom perioden, og er totalt redusert med 8,3 prosentpoeng. Ser vi perioden 2007-2011 isolert var nedgangen på 3,6 prosentpoeng. Dette er en svakere nedgang enn perioden 2004-2006, da Tines samlede andel gikk ned med 5,6 prosentpoeng. Siden 2007 har tapet i andeler vært mest betydelig innenfor gruppene ferske oster i dagligvaremarkedet (ned 19,4 prosent) og tørrmelk (ned 8,9 prosent). Tines største volumgrupper, ikke smaksatte flytende produkter til dagligvaremarkedet og modnede oster til dagligvare, har gått ned med henholdsvis 2,5 og 5,4 prosent samme periode.

Tine har lavest andel i prisgruppen for tørrmelk, og siden 2009 har Tine hatt mindre enn halvparten av andelene i denne gruppa. I denne gruppa rapporteres også tørrmelk til markedsregulering. I år med reguleringsproduksjon av tørrmelk, vil Tines andel i det kommersielle tørrmelksmarkedet være lavere enn hva rapporteringen til PU viser.

Tine er også den største aktøren innenfor biproduktanvendelsen. Andelene er vist i tabellen nedenfor.

¹⁵ 2004-2007 er slått sammen til tilsvarende grupper i eksisterende prisgruppestruktur

¹⁶ Ost til reguleringseksport

Tabell 26: Andeler beregnet ut fra totalt volum i biproduktanvendelsen i PU

Biproduktgrupper	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Fløte til kremfløteprod.								
B1 dgl.vare	97,7	97,6	97,1	96,2	96,3	96,1	95,5	94,6
B2 Fløte til smør dagligvare	99,9	96,5	96,6	98,2	99,5	99,5	99,6	99,4
B3 Fløte til smør industri	74,1	76,0	64,9	71,1	69,3	70,9	68,6	59,3
B4 Myse til mysost dgl.vare	96,5	94,7	93,5	95,9	99,2	96,9	94,9	93,9
B5 Myse til mysost industri	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
B6 Produkter med kjernemelk	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sum biproduktgrupper	95,0	93,7	91,8	92,8	94,0	93,3	92,2	91,3

Tine har større samlet andel her i forhold til de andre aktørene enn i hovedmelkeanvendelsen. Gjennom perioden har Tine imidlertid fått redusert sine andeler i biproduktanvendelsen med 3,7 prosentpoeng fra 2004 til 2011. Siden 2007 har det vært en reduksjon på 1,5 prosentpoeng i samlet andel.

2.5.3.2 Økonomi

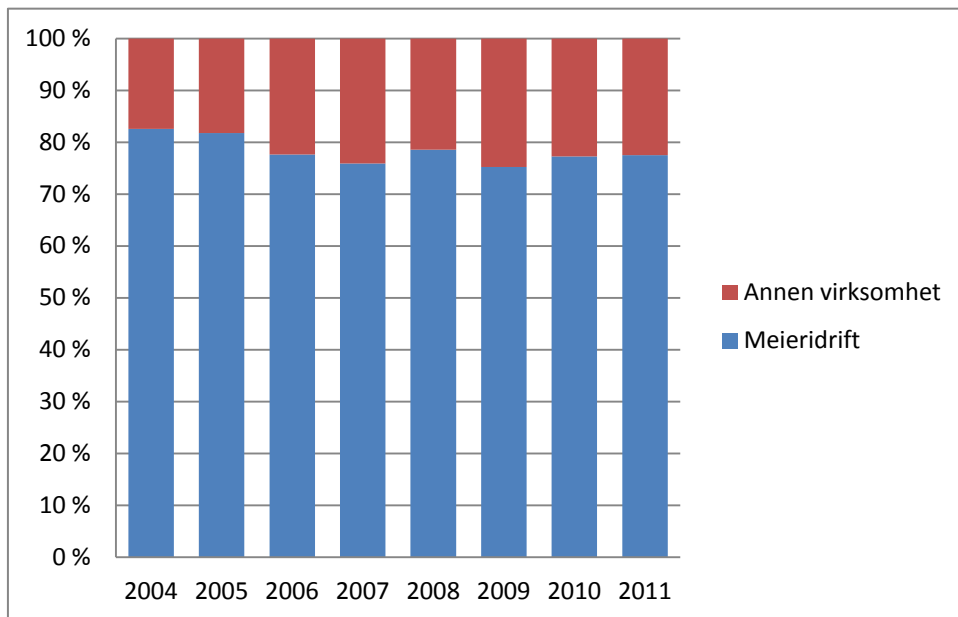
Tabellen under viser økonomiske nøkkeltall for hele Tines virksomhet (Tine konsern), det vil si meierivirksomheten, andre produkter, Tine Råvare og datterselskaper. Netto PU-avgifter er ført som driftskostnader for hele perioden. Dette er korrigert i forhold til opprinnelige tall fra Brønnøysundregistrene, der Tines PU-avgifter og -tilskudd for årene 2004-2009 var ført som reduksjon i driftsinntektene.

Tabell 27: Økonomiske nøkkeltall Tine Konsern (kilde: Brønnøysundregistrene)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Driftsinntekter (mill. kr)	14 244,9	14 894,0	15 485,8	16 067,2	17 896,6	19 099,7	18 854,0	19 387,2
Driftsresultat (mill. kr)	275,6	434,7	374,1	588,5	619,4	910,8	1 189,1	1 176,1
Årsresultat (mill. kr)	157,5	296,6	350,6	484,8	375,3	673,7	909,6	936,9
Driftsmargin i %	1,9	2,9	2,4	3,7	3,5	4,8	6,3	6,1
Egenkapitalrentabilitet (%)		7,5	8,6	11,5	8,7	15,0	18,8	18,0
Totalrentabilitet (%)		7,7	7,4	9,6	9,3	10,5	11,2	9,8
Egenkapitalandel (%)	51,6	47,7	52,3	49,4	45,3	47,0	45,0	41,3
Arbeidskapital i % av driftsinntekter	5,3	7,8	3,6	2,9	2,0	2,6	2,7	-3,2
Likviditetsgrad 1	1,4	1,5	1,2	1,2	1,1	1,2	1,1	0,9
Likviditetsgrad 2	0,7	0,9	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,5

Tines driftsinntekter har økt med 5,1 mrd. kroner fra 2004 til 2011, en økning på 36,1 prosent. Driftsresultat og årsresultat har også økt gjennom perioden. Økning i driftsinntekter, driftsresultat og årsresultat har vært større i perioden etter 2007 enn før.

SLF har også innhentet regnskapstall fra Tine spesifikt for meieridriften. Meieridriftens andel av omsetningen i Tine Konsern er vist i figuren.



Figur 9: Meieridriftens andel av omsetningen i Tine Konsern (i prosent)

Kontantstrømsanalyse

Tabellen nedenfor viser Tines kontantstrøm fra drift (operasjonelle aktiviteter), til investeringer (investeringsaktiviteter) og finansiering (finansieringsaktiviteter).

Tabell 28: Kontantstrøm Tine

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Operasjonelle aktiviteter	1 285 259	796 494	889 509	1 015 834	922 341	1 456 703	1 740 926	1 626 624
Investeringsaktiviteter	803 630	583 756	625 766	545 547	850 922	986 286	1 684 651	2 293 883
Finansieringsaktiviteter	-597 163	279 026	-756 909	-414 433	148 853	-479 009	951 020	493 646

2.5.3.3 Innspill fra Tine – en oppsummering

Tine mener de største markedsmessige utfordringene i meierisektoren er;

- Nedgangen i forbruket av drikkemelk
- Nedgangen i forbruket av brunost

- Konkurransen fra importerte produkter øker, spesielt for ost og yoghurt
- Ytterligere styrking av dagligvarehandelens forhandlingsmakt (ref. matkjedeutvalget)

Tine informerer om at konkurransesituasjonen i storhusholdningssegmentet har vært stabil til og med 2011, men at konkurransebildet endret seg fra 2012.

Nye produkter/innovasjon.

Tine informerer at de i gjennomsnitt har 65 lanseringer per år i produktgruppene i PU siden 2007. Tilsvarende har de i gjennomsnitt 55 saneringer per år i denne perioden. Tine opplyser imidlertid om at det er relativt få lanseringer av helt nye produkter som fortsatt eksisterer 2 år etter lansering. Mange av innovasjonene er for eksempel knyttet til emballasjedesign.

Antall produsenter.

Se avsnitt 2.7 Utvikling i melk fra egne produsenter.

Distribusjonsopplegg.

Se avsnitt 2.6.1 Tines distribusjon av flytende produkter.

2.5.4 Q-meieriene AS

Q-meieriene AS er et av de største meieriselskapene utenom samvirket, og har også egne melkeprodusenter. Q-meieriene mottar mesteparten av melka de foredler fra egne melkeprodusenter, men de kjøper noe melk fra Tine Råvare. I perioder må de også levere melk fra egne produsenter til Tine Råvare. Q-meieriene mottar alle de tre typene av konkurranserettede tilskudd.

Q-meieriene ble etablert i 2000, og eies av O.Kavli AS. Q-meieriene har to produksjonsanlegg, et på Jæren og et i Gausdal. Til sammen har selskapet 149 ansatte (2010). Anlegget på Jæren ble betydelig utvidet i 2003 og anlegget i Gausdal ble renoveret og utvidet i 2011. Per 2010 foredler Q-meieriene 210 000 liter melk daglig fra rundt 530 gårder. Q-meieriene produserer drikkemelk, syrnet melk og yoghurt, fersk ost, rømme og kremfløte. I tillegg har de leieproduksjon hos Tine av ost som leveres til Kavli for bruk i smelteost.

2.5.4.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

I følge *Markedsrapporten 2012 Dagligvarer i Norge* fra Nielsen hadde Q-meieriene¹⁷ en verdivekst på 9,1 prosent og en volumøkning på 8,8 prosent på søtmelk i 2011. Q-meieriene tok dermed segmentandeler fra Tine sammenlignet med 2010, en økning på 1,6 prosentpoeng. Innenfor smaksatte melkedrikker økte Q-meieriene verdiomsetningen med 14,2 prosent. Selskapet er også nest største aktør innenfor fløte- og rømmeprodukter og hadde en verdiandel på 5,7 prosent i 2011.

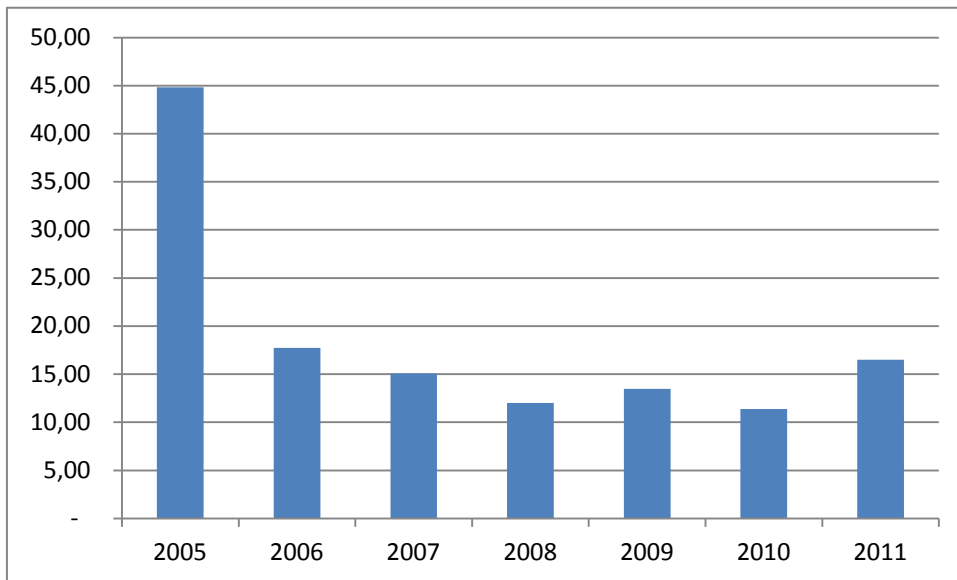
I følge Nielsens markedsrapporter som dekker perioden fra 2006 frem til i dag er Q-meieriene i hele perioden nest største leverandør innenfor søtmelk og smaksatte melkedrikker, samt rømme og fløte.

¹⁷ I Nielsens rapporter er det referert til O.Kavli AS.

Fra 2007 er Q-meieriene også nest største leverandør av syrnnet melk. Verdiandelen på rømme- og fløteprodukter varierer fra 3,6-5,7 prosent i perioden 2007-2011.¹⁸

I Nielsens markedsrapporter plasseres Q-meierienes Skyr i yoghurtmarkedet, og fra 2009 til 2010 hadde Skyr den største prosentvise økningen i denne gruppen, med 337,5 prosent. I 2011 var Skyr det tredje største merket i yoghurtmarkedet i dagligvarehandelen (jf. Nielsens rapport 2012).

Q-meierienes omsetningsvekst er vist i figuren nedenfor.



Figur 10: Q-meierienes omsetningsvekst i prosent 2005-2011

Tabellen under viser Q-meierienes andeler i hovedmelkeanvendelsen PU.

Tabell 29: Andeler beregnet ut fra totalt volum i hovedmelkeanvendelsen i PU¹⁹

Prisgrupper	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1 Sure smaksatte dgl.vare	0,7	0,8	0,7	0,5	0,9	1,9	1,5	1,3
2 Ikke smaksatte dgl.vare	5,1	8,5	10,4	11,7	11,6	12,2	12,3	13,8
3 Søte smaksatte dgl.vare	6,3	5,9	6,1	6,0	5,9	4,9	8,7	9,2
4 Ferske oster dagligvare						5,5	18,4	22,0
5 Modnede oster dagligvare								
6 Geitemelkprodukter dgl.vare								
7 Tørrmelk og kasein	0,6	0,1						
8 Flytende prod. industri	0,2	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0

¹⁸ Kilder: Nielsen, Markedsrapporten 2007-2012

¹⁹ 2004-2007 er slått sammen til tilsvarende grupper i eksisterende prisgruppestruktur

9	Ferske oster industri								
10	Modnede oster industri	14,1	14,4	14,6	16,3	18,7	18,6	17,5	20,8
11	Geitemelksprodukter industri								
12	Oster, geitem. prod. mv.eksp.								0,2
	Markedsregulering								
	Sum prisgrupper	2,9	4,0	4,7	4,9	5,3	5,5	5,5	6,4

I hovedmelkeanvendelsen har Q-meieriene fordoblet antall liter melk i perioden 2004 til 2011. Q-meieriene er aktøren med størst økning i innrapportert volum i PU siden 2004, en økning på 3,5 prosentpoeng. Utviklingen har gått jevnt oppover gjennom hele perioden. I perioden fra 2007 til 2011 har økningen vært på 1,5 prosentpoeng, og dette er også den største økningen i innrapportert volum blant aktørene i PU innenfor perioden. Den prosentvise utviklingen fra 2007-2011 er omtrent på nivå som perioden 2004-2006, da Q-meieriene økte sine andeler med 1,8 prosentpoeng.

Q-meierienes største volumgruppe er prisgruppen for ikke smaksatte flytende melkeprodukter i dagligvaremarkedet, og produksjonen er hovedsakelig drikkemelk. Q-meieriene har hatt en jevn stigning i andeler innenfor denne prisgruppen fra år til år, og har totalt økt disse med 8,7 prosentpoeng. Fra 2007 til 2011 har andelene økt med 2,1 prosentpoeng, som er noe lavere enn perioden 2004-2006 (5,3 prosentpoeng).

I 2009 startet Q-meieriene produksjon av ferskosten Skyr, og meieriselskapet har hatt en betydelig økning i både volum og andeler i PU innenfor ferske oster til dagligvaremarkedet i 2010 og 2011. Q-meieriene har økt sine andeler i denne prisgruppen med 16,5 prosentpoeng fra 2009 til 2011. Siden 2011 har Q-meieriene også eksportert Skyr som merkevareeksport til Sverige.

Q-meieriene har også betydelige andeler i gruppa for modnede oster til industri. Dette er leieproduksjonen av ost hos Tine for Kavli. Spesielt siden 2007 har økningen vært stor, og meieriet har økt sine andeler med 4,5 prosentpoeng.

I tillegg anvender Q-meieriene fløte til kremfløteprodukter i dagligvaremarkedet (i hovedsak til produksjon av kremfløte og letrømme), samt fløte til iskrem i industrimarkedet. Meieriets andeler i biproduktanvendelsen er vist i tabellen nedenfor.

Tabell 30: Andeler beregnet ut fra totalt volum i biproduktanvendelsen i PU

Biproduktgrupper	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Fløte til kremfløteprod.								
B1 dgl.vare	2,3	2,3	2,9	3,7	3,6	3,8	4,4	5,3
B2 Fløte til smør dagligvare								
B3 Fløte til smør industri	6,9	8,0	6,9	6,3	6,4	6,2	6,3	4,6
B4 Myse til mysost dgl.vare								
B5 Myse til mysost industri								
B6 Produkter med kjernemelk								
Sum biproduktgrupper	1,3	1,5	1,4	1,8	1,8	1,8	1,9	1,8

Q-meieriernes samlede andel i biproduktanvendelsen har vært relativt stabil gjennom perioden 2004-2011, med en liten økning fra 2007. Samlet andel er økt med 0,1 prosentpoeng fra 2004 til 2006, mens den er på samme nivå i 2007 og 2011.

2.5.4.2 Økonomi

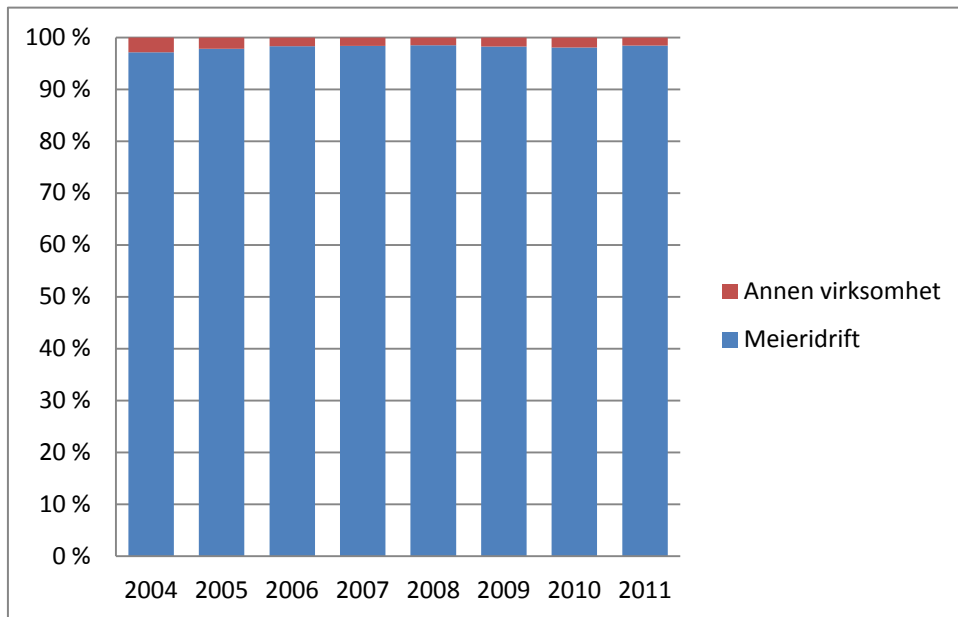
Tabellen under viser økonomiske nøkkeltall for Q-meieriene AS.

Tabell 31: Økonomiske nøkkeltall Q-meieriene AS (kilde: Brønnøysundregistrene)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Driftsinntekter (mill. kr)	314,3	455,2	536,0	616,7	690,7	783,7	872,8	1 016,8
Driftsresultat (mill. kr)	9,8	-64,0	-66,5	2,8	25,1	36,4	38,7	49,2
Årsresultat (mill. kr)	5,7	-51,1	-61,7	-5,9	3,7	21,4	24,7	32,6
Driftsmargin i %	3,1	-14,1	-12,4	0,5	3,6	4,6	4,4	4,8
Egenkapitalrentabilitet (%)		-59,8	-209,7	-56,4	39,9	95,1	46,0	34,3
Totalrentabilitet (%)		-21,8	-20,4	1,0	9,2	13,1	12,8	13,9
Egenkapitalandel (%)	49,6	14,1	4,1	2,6	4,0	12,0	22,1	30,5
Arbeidskapital i % av driftsinntekter	24,8	-15,3	-1,9	-3,8	-3,3	-1,1	1,6	1,9
Likviditetsgrad 1	2,1	0,5	0,9	0,8	0,8	0,9	1,1	1,1
Likviditetsgrad 2	2,1	0,5	0,8	0,7	0,7	0,8	1,0	0,9

Q-meieriene hadde en omsetning på i overkant av 1 mrd. kroner i 2011. Dette er en økning på 144,0 mill. kroner, eller 16,5 prosent, sammenlignet med året før. I perioden 2004 til 2011 økte Q-meieriene sin årlige omsetning fra 314,3 mill. kroner til for første gang å omsette for over 1 mrd. kroner i 2011. Dette er en økning på over 700 mill. kroner, tilsvarende 223,5 prosent. Fra 2004 til 2006 var det en økning i driftsinntekter på 70,5 prosent, mens i perioden 2007-2011 økte driftsinntektene med 64,9 prosent. Driftsresultatet har vært på plussiden siden 2007, mens årsresultatet har vist positive tall siden 2008.

SLF har også innhentet regnskapstall fra Q-meieriene spesifikt for meieridriften. Meieridriftens andel av omsetningen i Q-meieriene er vist i figuren.



Figur 11: Meieridriftens andel av omsetningen i Q-meieriene AS (i prosent)

Kontantstrømanalyse

Tabellen nedenfor viser Q-meieriernes kontantstrøm fra drift (operasjonelle aktiviteter), til investeringer (investeringsaktiviteter) og finansiering (finansieringsaktiviteter).

Tabell 32: Kontantstrøm Q-meieriene

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Operasjonelle aktiviteter	-2 130	86 762	-40 638	-771	27 287	70 272	77 439	36 771
Investeringsaktiviteter	30 349	175 138	6 738	6 554	14 124	18 274	35 662	59 076
Finansieringsaktiviteter	34 182	88 453	45 505	7 323	-13 163	-19 825	-13 600	-15 450

Konkurranserettede tiltak

Q-meieriene har i perioden 2004 til 2011 mottatt samtlige av de konkurranserettede tiltakene. Q-meieriene har mottatt særskilt distribusjonstilskudd og spesiell kapitalgodtgjørelse siden 01.01.04. Fra 01.07.07 har de i tillegg mottatt differensiert avgift/tilskudd på 25 øre og 12 øre per liter melk (sistnevnte frem til 01.07.11). Selskapet har i perioden mottatt i gjennomsnitt ca. 61 mill. kroner årlig i konkurranserettede tilskudd. Q-meieriernes tilskudd er på vei ned i andel relativt til omsetning, mens det flater ut i absolutte kroner.

2.5.4.3 Innspill fra Q-meieriene – en oppsummering

Q-meieriene påpeker i sitt innspill til SLF bakgrunnen for ”melkeforliket” og styrkingen av de konkurransepolitiske tiltakene i 2007. For Kavlis engasjement i Q-meieriene var det avgjørende at myndighetene bedret rammevilkårene for selskapet på permanent basis. Uten en forsikring om varige rammevilkår hadde det ikke vært mulig for Kavli som eier å ta en forretningsmessig risiko på de investeringene selskapet har gjort i perioden fra 01.07.2007 og fremover.

Utvikling i tilførselsmarkedet.

Q-meieriene opplyser at de har en forsyningsstrategi med en høy andel råmelk fra egne produsenter. Målsettingen kommer som en følge av historiske og nåværende rammevilkår om krav til egenandel for konsummelkmeierier, samt et forbrukerønske om ferskest mulig melk.

I dag mangler Q-meieriene mellom 10 og 15 mill. liter melk for å nå målet om ”selvforsyningsgrad”. Q-meieriene mener årsaken til dette sannsynligvis ligger i at melkeprodusentene vurderer at ekstraprisen som Q-meieriene betaler ikke er tilstrekkelig for å oppveie for tjenester Q-meieriene ikke kan tilby. Eksempel på slike tjenester er rådgivning, spesialprogrammer og startpakker til nye produsenter. Q-meieriene har i en prøveperiode på et år forsøkt å redusere merprisen, men de fikk da ingen nye produsenter.

I følge Q-meieriene er det p.t. ikke økonomisk lønnsomt for dem å kjøpe melk fra egne produsenter sammenlignet med å kjøpe melk fra Tine til noteringspris. De mener dette skyldes høy etterbetaling i Tine og redusert kapitalgodtgjørelse. Q-meieriene mener at det forhold at det av økonomiske årsaker ikke er rom for å konkurrere om førstehåndsutbudet av melk, bør vektlegges vesentlig når de konkurransepolitiske forholdene i meierisektoren vurderes.

Q-meieriene mener at et naturlig utfall av evalueringsprosessen er at uavhengige aktører som konkurrerer i tilførselsmarkedet minimum sikres økonomisk sett ift Tines utbetalingspris inklusive etterbetaling. Dette baseres på at prinsippet i markedsordningen for melk om at alle aktører skal stilles ovenfor lik tilgang og tilgangspris på melk, uansett om råmelken kjøpes fra Tine Råvare eller egne produsenter.

Utvikling i salgsvolumer og markedsandeler.

Q-meieriene viser til at de i perioden fra 2004 til 2007 har økt totalt salgsvolum til dagligvare- og industrimarkedet med 91 prosent, mens økningen i perioden fra 2007 til 2011 har vært på 20 prosent. Når det gjelder utviklingen i markedsandeler har Q-meieriene økt sine markedsandeler for produktgruppen melk med 13 prosent siden 2007, mens de for smaksatt melk har økt sine markedsandeler med 55 prosent. I yoghurtsegmentet, hvor også skyr inngår, har markedsandelene til Q-meieriene firedoblet seg siden 2007.

Q-meieriene bemerker at Tine fortsatt har en ”dominant” posisjon i samtlige varekategorier som Q-meieriene har valgt å konkurrere innenfor. Q-meieriene mener uavhengige meieriers økonomiske stilling/markedsposisjon fortsatt er for svak til at de kan kalles for reelle konkurrenter til Tine.

Nye produkter/innovasjoner

Q-meieriene kom med 5 nye produkter i perioden fra 2004 til og med 2006. Fra 2007 til 2011 kom de med 39 nye produkter. Gjennomsnittlig kom de dermed med 7,8 nye produkter per år i perioden fra 2007 til 2011.

Q-meieriene bemerker at de har valgt nytenking og oppfinnsomhet som sitt fremste strategiske våpen for å bli en langsiktig, lønnsom og reell meieriaktør. De fremhever at de i perioden har hatt vellykkede lanseringer av Skyr, 1,75 liter melk, ekstra lettmelk, målevindu på melkekartong og skrulokk på rømmebeuger.

Q-meieriene mener det bør vurderes å innføre virkemidler som kan stimulere til at enda flere lønnsomme nylanseringer kan få en reell mulighet til å testes ut i markedet. De mener det vil være mest gunstig å benytte virkemidler over jordbruksavtalen/Innovasjon Norge til dette formålet.

Økonomisk resultat

Q-meieriene mener at de ikke har oppnådd forventede driftsresultater i perioden til tross for kostnadseffektiv drift med løpende forbedringsfokus og betydelig investeringer og satsing på ny teknologi for å øke lønnsomheten. Q-meieriene mener at det er uakseptabelt at en aktør med normal god drift og kapasitetsutnyttelse ikke oppnår en driftsmargin på linje med gjennomsnittlige europeiske meieriselskaper.

Q-meieriene mener at deres økonomiske resultater viser klart at ”melkeforliket” ikke har innfridd forventningene til forbedret økonomisk resultat i samme grad som Regjeringen la opp til med vesentlig forbedrede rammevilkår for uavhengige aktører.

Q-meieriene mener at rammevilkårene i sum; sats kapitalgodtgjørelse, generell korreksjon og spesielt distribusjonstilskudd, har vært ca 40 øre per liter anvendt melk for lave i perioden 2008-2011.

Distribusjonsopplegg

Q-meieriene mener de fortsatt må motta distribusjonstilskudd minst på linje med det de har i dag fordi Tine har sine ferskmelkanlegg nær markedet, mens Q-meieriene fortsatt har sine to meieranlegg langt unna de største markedene.

Q-meieriene hevder at de ikke kan fortsette med produksjon og salg av konsummelk uten distribusjonstilskudd. Q-meieriene mener også at det øvre taket på 80 mill. liter gir dem begrenset rom for å konkurrere med Tine på like vilkår, fordi det avskjærer Q-meieriene fra en lønnsom vekst utover dette. Samtidig hindrer dette at Q-meieriene kan ta ut skalaeffekter og vokse ut over dette nivået. Dette mener de er særdeles viktig ettersom de forventer at Tine vil fortsette sin strukturutvikling. De mener derfor at volumbegrensningen på distribusjonstilskuddet må fjernes for at Q-meieriene skal kunne konkurrere på like vilkår.

Se avsnitt 2.6.2 Q-meierienes distribusjon av flytende produkter.

2.5.5 Synnøve Finden AS

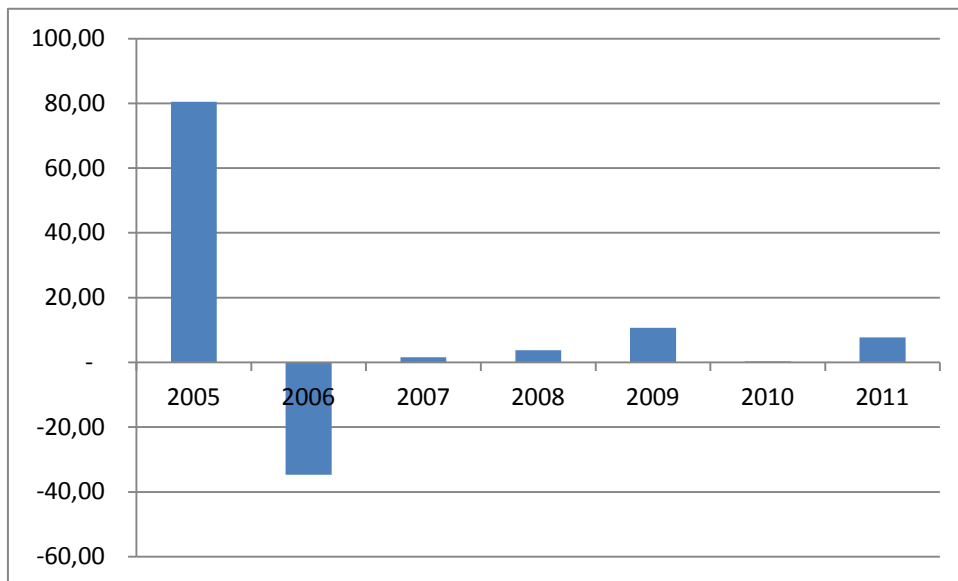
Synnøve Finden AS er et av de største meieriselskapene utenom samvirket. Synnøve Finden har ikke egne melkeprodusenter, og kjøper melken de anvender i produksjonen fra Tine Råvare. Selskapets hovedvirksomhet er produksjon og salg av hvitost og brunost, samt salg av juice og halvfabrikata til pizza i dagligvaremarkedet. I tillegg produserer de prim og kryddersmør. Synnøve Finden lager ost under merkevaren Synnøve, men produserer også EMV-osteprodukter for flere av dagligvarekjedene.

Synnøve Finden Meierier startet produksjon på meieriet i Alvdal i 1996. I tillegg har Synnøve Finden et produksjonsanlegg i Namsos. Synnøve Finden er organisert som et aksjeselskap og har rundt 228 ansatte. Scandza har hatt aksjemajoriteten i selskapet siden 2009.

2.5.5.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

I følge *Markedsrapporten 2012 Dagligvarer i Norge* fra Nielsen, er Synnøve Finden nest største aktør i ostemarkedet totalt i Norge, etter Tine. Synnøve Finden hadde en verdiandel på 10 prosent av ostemarkedet i 2011, og det var en nedgang i både verdiandel og salg i 2011 sammenlignet med året før. I følge Nielsens årlige markedsrapporter fra 2006 og fremover er Synnøve Finden i hele perioden nest største aktør i det totale ostemarkedet. Registreringen gjelder Synnøve Findens merkevarer og ikke deres produksjon av EMV-varer. Verdiandelen av Synnøve Findens merkevareprodukter i ostemarkedet har blitt redusert hvert år, fra 13,3 prosent i 2006 til 10,0 prosent i 2011.²⁰

Synnøve Findens omsetningsvekst er vist i figuren nedenfor.



Figur 12: Synnøve Findens omsetningsvekst i prosent 2005-2011

Tabellen under viser Synnøve Findens andeler i hovedmelkeanvendelsen i PU.

Tabell 33: Andeler beregnet ut fra totalt volum i hovedmelkeanvendelsen i PU²¹

Prisgrupper	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1 Sure smaksatte dgl.vare								
2 Ikke smaksatte dgl.vare								
3 Søte smaksatte dgl.vare								
4 Ferske oster dagligvare								
5 Modnede oster dagligvare	14,9	19,5	22,6	18,1	19,0	19,6	19,9	22,7

²⁰ Kilder: Nielsen, *Markedsrapporten 2008-2012*

²¹ 2004-2007 er slått sammen til tilsvarende grupper i eksisterende prisgruppestruktur

6	Geitemelkprodukter dgl.vare								
7	Tørrmelk og kasein								
8	Flytende prod. industri								
9	Ferske oster industri								
10	Modnede oster industri	4,8	10,4	12,8	11,3	15,3	12,5	7,6	8,5
11	Geitemelksprodukter industri								
12	Oster, geitem. prod. mv.eksp.	0,3	0,2	0,2	0,2	0,8	0,2	0,1	0,1
	Markedsregulering								
	Sum prisgrupper	4,8	6,7	7,9	6,6	7,4	7,4	7,3	7,9

Av meieriselskap utenom Tine er det Synnøve Finden som har størst andeler i hovedmelkeanvendelsen i PU. Totalt har Synnøve Finden økt sine andeler med 3,1 prosentpoeng i perioden 2004 til 2011. Ser vi perioden 2007-2011 isolert har veksten i andeler vært på 1,3 prosentpoeng, noe som er litt mindre enn perioden 2004-2006 da Synnøve Finden økte sine andeler med 3,1 prosentpoeng.

Mesteparten av melken til Synnøve Finden anvendes innenfor prisgruppen modnede oster til dagligvaremarkedet i PU. I perioden 2004 til 2006 har Synnøve Finden økt sine andeler med 7,7 prosentpoeng. Fra 2006 til 2007 falt andelene med 4,5 prosentpoeng. For perioden 2007-2011 har osteprodusenten økt andelene med 4,6 prosentpoeng innenfor denne gruppen. I industrimarkedet har det vært en motsatt utvikling i perioden 2007-2011, da osteprodusenten totalt sett har tapt andeler. Nedgangen var størst fra 2008 til 2010, mens i 2011 har trenden snudd. Synnøve Finden har en relativt liten andel av merkevareeksportmarkedet gjennom hele perioden.

I tillegg rapporterer Synnøve Finden anvendelse av myse i biproduktanvendelsen. Synnøve Findens andeler i biproduktanvendelsen er vist i tabellen under.

Tabell 34: Andeler beregnet ut fra totalt volum i biproduktanvendelsen i PU

Biproduktgrupper	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Fløte til kremfløteprod.								
B1 dgl.vare								
B2 Fløte til smør dagligvare		3,3	3,1	1,4				
B3 Fløte til smør industri			5,3					
B4 Myse til mysost dgl.vare	3,5	5,3	6,5	4,1	0,8	3,1	5,1	6,1
B5 Myse til mysost industri	0,0		0,0					
B6 Produkter med kjernemelk								
Sum biproduktgrupper	1,6	2,9	4,0	2,1	0,4	1,4	2,3	2,8

Synnøve Findens andeler i biproduktanvendelsen har variert. Samlet andel har økt med 1,2 prosentpoeng siden 2004, og med 0,7 prosentpoeng siden 2007.

2.5.5.2 Økonomi

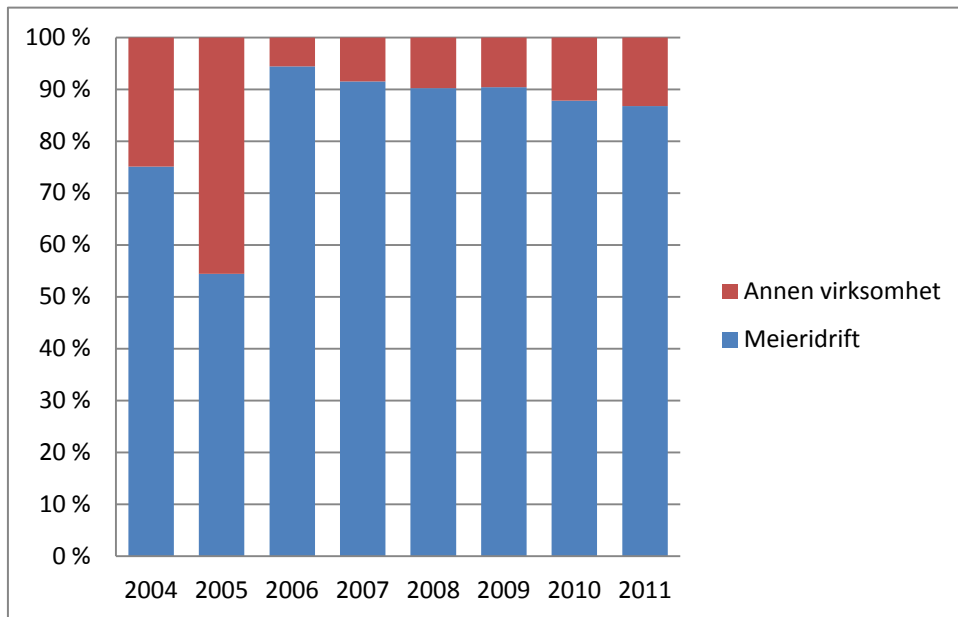
Tabellen under viser økonomiske nøkkeltall for Synnøve Finden AS, inkludert både meierivirksomhet og annen virksomhet. I driftinntektene for 2005 inngår salg av annen virksomhet med 339 mill. kroner. I 2006 ble det tatt et større tap knyttet til nedskrivning av melkeprisfordring og avviklingskostnader for meieriet i Namsos. Synnøve Finden opplyser at årsresultatet for 2007 inneholder 15,5 mill. kroner knyttet til salg av annen virksomhet og 4 mill. kroner for lite på grunn av feil periodisering av avregning. I årsresultatet for 2008 inngår til 12,5 mill. kroner som en følge av etterbetaling i PU, samt 4 mill. kroner for mye på grunn av feil periodisering av avregning. For 2011 har Synnøve Finden påpekt at driftsresultatet er påvirket av et redusert nivå på markedsføringskostnader. Synnøve Finden opplyser at i årsresultatet for 2011 inngår 25,9 mill. kroner knyttet til salg av annen virksomhet. SLFs figurer og tabeller er ikke korrigert for nevnte forhold.

Tabell 35: Økonomiske nøkkeltall Synnøve Finden AS (kilde: Brønnøysundregistrene)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Driftsinntekter (mill.kr)	693,2	1 251,4	817,2	830,4	861,4	953,8	956,7	1 030,3
Driftsresultat (mill. kr)	4,2	0,7	-141,1	-1,0	60,1	39,2	74,2	94,9
Årsresultat (mill. kr)	1,9	-10,6	-94,1	18,3	32,9	21,1	47,3	93,2
Driftsmargin i %	0,6	0,1	-17,3	-0,1	7,0	4,1	7,8	9,2
Egenkapitalrentabilitet (%)		-7,3	-56,9	8,7	10,8	8,1	21,1	38,9
Totalrentabilitet (%)		1,3	-15,8	5,5	11,0	6,6	11,9	18,8
Egenkapitalandel (%)	18,3	27,7	17,9	43,3	48,2	29,7	39,0	31,0
Arbeidskapital i % av driftsinntekter	-1,9	3,6	-1,2	7,5	1,9	-3,0	0,1	4,1
Likviditetsgrad 1	1,0	1,1	1,0	1,3	1,1	0,9	1,0	1,1
Likviditetsgrad 2	0,7	0,8	0,7	0,9	0,7	0,6	0,6	0,8

Fra 2004 til 2011 har Synnøve Finden økt sin omsetning med 337,1 mill. kroner, en økning på 48,6 prosent. Deler vi perioden i to, var økningen fra 2004-2006 på 124,0 mill kroner (17,9 prosent) og fra 2007-2011 var økningen på 199,9 mill. kroner (24,1 prosent). Både driftsresultatet og årsresultatet gikk nedover fra 2004 til 2006. Fra 2007 har resultatene gått jevnt oppover, med unntak av en nedgang i 2009. Driftsresultatet har økt fra -1,0 mill. kroner til 94,9 mill. kroner fra 2007 til 2011. Årsresultatet har økt fra 18,3 til 93,2 mill. kroner i samme periode.

SLF har også innhentet regnskapstall fra Synnøve Finden spesifikt for meieridriften. Synnøve Finden opplyser at årsresultatet for meieridrift i 2007 er 4 mill. kroner for lavt på grunn av feil periodisering av avregning. I årsresultatet for 2008 inngår 12,5 mill. kroner som en følge av etterbetaling i PU, samt 4 mill. kroner for mye på grunn av feil periodisering av avregning. SLFs figurer og tabeller er ikke korrigert for nevnte forhold. Meieridriftens andel av omsetningen i Synnøve Finden er vist i figuren.



Figur 13: Meieridriftens andel av omsetningen i Synnøve Finden AS (i prosent)

Kontantstrømanalyse

Tabellen nedenfor viser Synnøve Findens kontantstrøm fra drift (operasjonelle aktiviteter), til investeringer (investeringsaktiviteter) og finansiering (finansieringsaktiviteter).

Tabell 36: Kontantstrøm Synnøve Finden

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Operasjonelle aktiviteter	77 114	-8 416	-42 180	-70 646	86 061	53 396	79 123	149 660
Investeringsaktiviteter	61 973	72 326	61 178	-61 315	36 422	29 204	27 300	-3 340
Finansieringsaktiviteter	5 420	71 819	107 352	23 093	-71 604	-8 835	-53 756	17 754

Konkurranserettede tiltak

Synnøve Finden har siden 01.07.07 mottatt de konkurranserettede tiltakene med differensiert avgift/tilskudd på 25 øre og 12 øre per liter melk (sistnevnte frem til 01.07.11). I perioden etter 01.07.07 har Synnøve Finden årlig mottatt om lag 40 mill. kroner i konkurranserettede tilskudd. I 2011 har de totale tilskuddene blitt noe redusert i både absolutte kroner og relativt til omsetning, grunnet bortfall av det midlertidige tiltaket på 12 øre.

2.5.5.3 Innspill fra Synnøve Finden – en oppsummering

Synnøve Findens innspill til SLF fremkommer i notat av 30.08.2012. I sin konklusjon vil Synnøve Finden prinsipielt påpeke at den eneste måten å etablere konkurranse på like vilkår på, er å

gjennomføre en korrekt regulering av tilgangsprisen på melk som råvare. Det er kritisk viktig at kapitalkostnader er normert basert på reelle markedsmessige verdier. Kompenserende tiltak som indirekte skal feilrette for høy melkepris, vil komplisere systemet og vanskeliggjøre konkurranseetablering.

Synnøve Finden påpeker at dersom myndighetene likevel ønsker å videreføre dagens konkurranserettede tiltak i PU-ordningen, må samtlige av disse vurderes og dimensjoneres mest mulig korrekt overfor samtlige aktører som konkurrerer med Tine.

Utvikling i salgsvolumer og markedsandeler

Synnøve Finden viser til at de har oppnådd en viss volumvekst i gulostsegmentene. Av tabell som Synnøve Finden vedla fremkommer det at sum innenlands omsatt volum av gulost fra Synnøve Finden har økt med 10 prosent i perioden 2007 til 2011. For produktgruppen brunost/prim viser tabell som Synnøve Finden vedla, at samlet omsetning i 2011 var på nivå med omsetningen i 2007, men lavere enn i årene 2008 og 2009.

Synnøve Finden uttrykker at det er spesielt uheldig for konkurransen i markedet, og Synnøve Findens situasjon, at markedsandelen for Synnøve Findens eget brand er redusert med over 5 prosentpoeng. Dette indikerer svekket konkurransekraft på grunn av tvungne kutt i markeds kostnader mv. som en følge av svak lønnsomhet.

Nye produkter/innovasjoner

Synnøve Finden opplyser at de har videreutviklet merkevaren Synnøve gjennom lansering av nye og innovative produkter. Av oppsett som Synnøve Finden vedla fremkommer det at de har hatt ca 40 lanseringer i perioden 2007-2011, noe som i gjennomsnitt utgjorde ca 8 nye produktvarianter per år i denne perioden.

Økonomisk resultat

Synnøve Finden peker på at resultatene er ikke tilstrekkelige til å gi akseptabel forrenting av investert kapital. Synnøve Finden har jobbet målrettet med kostnadseffektivitet og innovasjon.

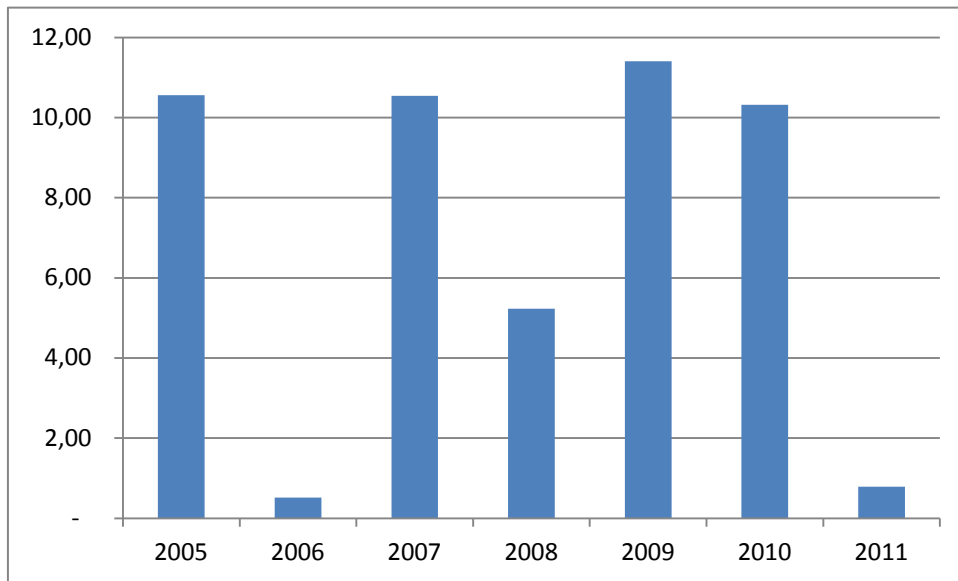
2.5.6 Normilk AS

Normilk AS ble etablert i 2001, og har et produksjonsanlegg der de produserer tørrmelksprodukter i Levanger. Selskapet har en årlig produksjonsmengde på 7 000 tonn melkepulver, noe som tilsvarer ca. 64 mill. liter mottatt melk. Det er 27 ansatte i meieriselskapet, i følge Normilks nettsider. Normilk har ikke egne produsenter og kjøper melk fra Tine Råvare. Normilk selger sine produkter til industrikunder innenfor norsk næringsliv.

2.5.6.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

Ettersom Normilk opererer i industrimarkedet omtales deres markedsandeler derfor ikke i Nielsens markedsrapporter, som tar for seg dagligvare.

Normilk er i dag den eneste aktøren utenom Tine som produserer tørrmelk. Normilks omsetningsvekst er vist i figuren nedenfor.



Figur 14: Normilks omsetningsvekst i prosent 2005-2011

Tabellen under viser Normilks andeler i hovedmelkeanvendelsen i PU.

Tabell 37: Andeler beregnet ut fra totalt volum i hovedmelkeanvendelsen i PU²²

Prisgrupper	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1 Sure smaksatte dgl.vare								
2 Ikke smaksatte dgl.vare								
3 Søte smaksatte dgl.vare								
4 Ferske oster dagligvare								
5 Modnede oster dagligvare								
6 Geitemelkprodukter dgl.vare								
7 Tørrmelk og kasein	35,6	42,3	43,5	41,5	42,4	51,3	55,9	50,4
8 Flytende prod. industri								
9 Ferske oster industri								
10 Modnede oster industri								
11 Geitemelkprodukter industri								
Oster, geitem. prod.								
12 mv.eksp.								
Markedsregulering								
Sum prisgrupper	3,3	3,6	3,8	4,1	4,1	4,2	4,3	4,5

²² 2004-2007 er slått sammen til tilsvarende grupper i eksisterende prisgruppestruktur

Normilk har økt sine andeler i tørrmelksgruppa med 14,8 prosentpoeng i hele perioden. I perioden 2007-2011 sett isolert har oppgangen vært på 8,9 prosentpoeng, en større økning enn perioden 2004-2006 (7,9 prosentpoeng). Siden 2007 har tørrmelksprodusentens andeler dessuten gått jevnt oppover, med unntak av i 2011. Fra 2009 har Normilk hatt over 50 prosent andel i tørrmelksgruppa i PU. Totalt har Normilk økt sine andeler i hovedmelkeanvendelsen med 1,2 prosentpoeng siden 2004, og med 0,4 prosentpoeng siden 2007.

Normilk rapporterer også anvendelse av fløte til industri i biproduktanvendelsen. Andelene er vist i tabellen nedenfor.

Tabell 38: Andeler beregnet ut fra totalt volum i biproduktanvendelsen i PU

Biproduktgrupper	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
B1 Fløte til kremfløteprod. dgl.vare								
B2 Fløte til smør dagligvare								
B3 Fløte til smør industri	19,0	16,0	22,8	22,5	24,3	22,9	25,0	36,0
B4 Myse til mysost dgl.vare								
B5 Myse til mysost industri								
B6 Produkter med kjernemelk								
Sum biproduktgrupper	2,1	2,0	2,7	3,3	3,7	3,5	3,5	4,0

Normilk har økt sine andeler i biproduktgruppe 3, fløte til smørprodukter i industrimarkedet, med 17,0 prosentpoeng fra 2004 til 2011. Økningen for perioden etter 2007 har vært større enn for perioden før. Fra 2004 til 2006 økte Normilk sine andeler med 3,8 prosentpoeng i denne gruppa, mens økningen har vært på 13,5 prosentpoeng fra 2007 til 2011. For Normilk har total markedsandel i biproduktanvendelsen økt med 0,6 prosentpoeng i perioden 2004-2006 og med 0,7 prosentpoeng i perioden 2007-2011.

2.5.6.2 Økonomi

Tabellen under viser økonomiske nøkkeltall for Normilk AS.

Tabell 39: Økonomiske nøkkeltall Normilk AS (kilde: Brønnøysundregistrene)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Driftsinntekter (mill. kr)	175,8	194,4	195,4	216,0	227,3	253,2	279,3	281,5
Driftsresultat (mill. kr)	25,9	27,5	18,7	27,6	29,3	25,6	30,3	29,9
Årsresultat (mill. kr)	16,6	20,2	13,9	20,3	22,4	18,7	22,2	22,0
Driftsmargin i %	14,8	14,1	9,6	12,8	12,9	10,1	10,8	10,6
Egenkapitalrentabilitet (%)		115,8	56,8	76,1	68,0	46,7	47,2	40,7
Totalrentabilitet (%)		49,0	31,4	51,4	51,7	38,5	42,2	37,5
Egenkapitalandel (%)	21,0	37,2	43,9	52,9	55,9	62,7	65,7	66,7
Arbeidskapital i % av driftsinntekter	1,9	17,8	13,5	13,0	14,0	14,8	15,7	18,4

Likviditetsgrad 1	1,1	2,2	2,1	2,2	2,2	2,6	2,7	2,8
Likviditetsgrad 2	0,9	2,0	1,8	1,9	1,9	2,1	2,3	2,4

Normilk har hatt en jevn økning i driftsinntekter gjennom perioden. Totalt har omsetningen økt med 105,7 mill. kroner, eller 60,1 prosent, i perioden. Siden 2007 har økningen vært på 65,5 mill. kroner, noe som tilsvarer 30,3 prosent. Driftsresultatet og årsresultatet har vært relativt stabilt.

Konkurranserettede tiltak

Normilk mottar ingen konkurranserettede tiltak fordi de produserer innenfor gruppen tørrmelk.

2.5.6.3 Innspill fra Normilk – en oppsummering

Normilk peker på at de konkurransepolitiske tiltakene ikke kommer Normilk eller RÅK-industrien til gode. Begrunnelsen har vært at Tine ikke er dominerende aktør i det markedet som Normilk opererer i. Normilk oppfatter imidlertid at Tine er dominerende aktør uavhengig av volum i deler av gruppen for tørrmelk.

Normilk peker også på at de som ikke mottar konkurranserettede tiltak er med på å finansiere tilskuddene.

Normilk informerer om at de ikke har hatt vesentlige endringer i produksjon og salg. De har i hele perioden utnyttet kapasiteten 100 prosent.

Normilk mener en videreføring og eventuell forbedring av de konkurransepolitiske virkemidlene ikke bør finansieres over PU, fordi det gir høyere kostnader for de private aktørene som ikke mottar denne type tilskudd, herunder RÅK-industrien.

2.5.7 Rørosmeieriet AS

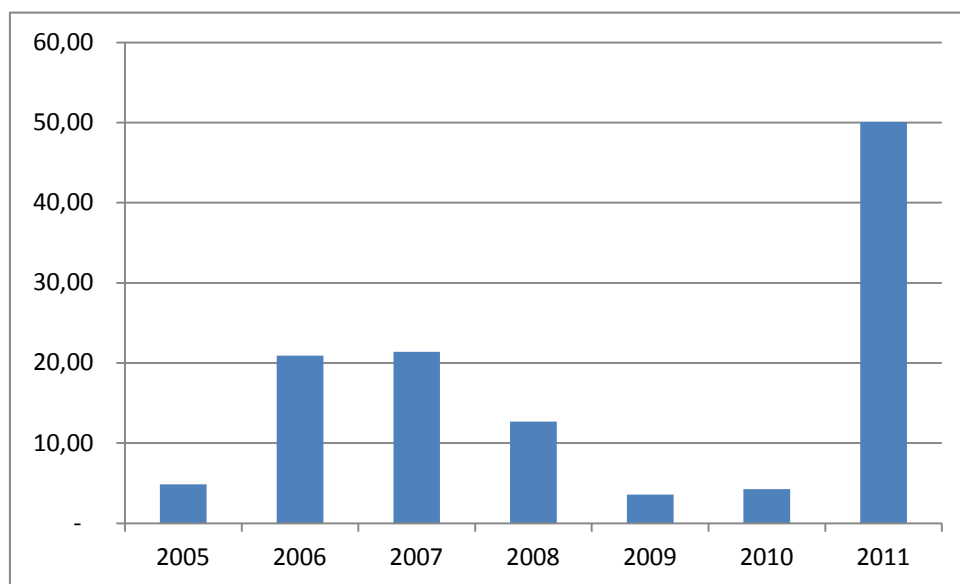
Rørosmeieriet AS produserer og leverer økologiske meieriprodukter. Selskapet ble etablert i 2001, og har et produksjonsanlegg på Røros. Meieriet har ca. 11 ansatte. Rørosmeieriet produserer tykkmelk, lettmelk, smør, ferskost og rømme, og alle produktene er laget av økologisk melk. Rørosmeieriet har ikke egne produsenter og kjøper melk fra Tine Råvare.

2.5.7.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

I henhold til markedsrapportene til Nielsen var Rørosmeieriet den nest største leverandøren av smør til norsk dagligvarehandel i 2009, 2010 og 2011. I 2009 var Rørosmeieriet dessuten tredje største leverandør av søtmelk, etter Tine og Q-meieriene.²³

Rørosmeieriets omsetningsvekst er vist i figuren nedenfor.

²³ Kilde: Nielsen Markedsrapporten 2010-2012



Figur 15: Rørosmeieriets omsetningsvekst i present 2005-2011

Rørosmeieriets andeler i hovedmelkeanvendelsen i PU er oppsummert i tabellen under.

Tabell 40: Andeler beregnet ut fra totalt volum i hovedmelkeanvendelsen i PU²⁴

Prisgrupper	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1 Sure smaksatte dgl.vare					0,0	0,1	0,0	0,0
2 Ikke smaksatte dgl.vare	0,2	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,4
3 Søte smaksatte dgl.vare								
4 Ferske oster dagligvare	1,0	1,0	1,0	0,8	0,8	0,7	0,5	0,7
5 Modnede oster dagligvare	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
6 Geitemelkprodukter dgl.vare								
7 Tørrmelk og kasein								
8 Flytende prod. Industri							0,0	0,0
9 Ferske oster industri								
10 Modnede oster industri								
Geitemelksprodukter								
11 industri								
12 Oster, geitem. prod. mv.eksp.								
Markedsregulering								
Sum prisgrupper	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2

²⁴ 2004-2007 er slått sammen til tilsvarende grupper i eksisterende prisgruppestruktur

Rørosmeieriet har svært lav andel av samlet produksjon innenfor PU. Den største økningen har funnet sted fra 2010 til 2011. Fra 2004 til 2006 har meieriets andeler vært de samme totalt, mens fra 2007 til 2011 har andelene økt med 0,2 prosentpoeng. Meieriet har størst andeler i gruppen for ferske oster til dagligvaremarkedet, men andelene har gått noe ned i løpet av perioden 2004 til 2011. Rørosmeieriets største vekst i andeler har vært innenfor ikke smakssatte flytende produkter til dagligvaremarkedet, og økningen har vært størst fra 2010 til 2011.

Rørosmeieriet anvender også fløte til kremfløteprodukter og smør, og meieriets andeler i biproduktanvendelsen er vist i tabellen under.

Tabell 41: Andeler beregnet ut fra totalt volum i biproduktanvendelsen i PU

Biproduktgrupper	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Fløte til kremfløteprod.								
B1 dgl.vare	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
B2 Fløte til smør dagligvare	0,1	0,2	0,3	0,4	0,5	0,5	0,4	0,6
B3 Fløte til smør industri				0,1		0,0	0,0	0,1
B4 Myse til mysost dgl.vare								
B5 Myse til mysost industri								
B6 Produkter med kjernemelk								
Sum biproduktgrupper	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Innenfor biproduktanvendelsen produserer Rørosmeieriet mest innenfor smørprodukter til dagligvaremarkedet. I perioden 2004-2011 økte Rørosmeieriet sine andeler med 0,5 prosentpoeng, mens økningen for perioden 2007-2011 isolert sett var på 0,2 prosentpoeng.

2.5.7.2 Økonomi

Tabellen under viser økonomiske nøkkeltall for Rørosmeieriet AS. I driftsinntektene for 2009 og 2010 inngår beløp som Rørosmeieriet har fått som tilskudd til bedriftsintern opplæring.

Tabell 42: Økonomiske nøkkeltall Rørosmeieriet AS (kilde: Brønnøysundregistrene)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Driftsinntekter (mill. kr)	10,6	11,1	13,4	16,3	18,4	19,0	19,8	29,8
Driftsresultat (mill. kr)	0,1	0,2	-0,8	0,2	0,2	1,1	0,8	1,2
Årsresultat (mill. kr)	0,0	0,1	-0,8	0,1	0,1	0,7	0,5	0,9
Driftsmargin i %	0,6	1,6	-6,3	1,3	1,2	5,6	4,0	4,2
Egenkapitalrentabilitet (%)		9,9	-172,4	15,1	12,3	34,9	18,1	24,7
Totalrentabilitet (%)		4,4	-21,2	5,7	5,5	22,4	14,4	17,8
Egenkapitalandel (%)	16,9	19,3	1,6	19,9	25,4	51,0	52,6	48,9
Arbeidskapital i % av driftsinntekter	3,7	4,1	-5,1	-1,3	0,5	11,2	13,0	4,8
Likviditetsgrad 1	1,2	1,2	0,7	0,9	1,0	2,1	2,0	1,3
Likviditetsgrad 2	1,0	1,0	0,6	0,8	0,7	1,6	1,7	1,1

Rørosmeieriet har hatt økende omsetning hvert år i perioden. Driftsinntektene har økt med 19,2 mill. kroner siden 2004. Driftsresultat og årsresultat har også gått jevnt oppover i løpet av perioden, med unntak av 2006 da regnskapet viste negative tall.

Konkurranserettete tiltak

Fra 2007 har Rørosmeieriet mottatt ett av de tre konkurranserettete tiltakene, nemlig differensiert avgift/tilskudd på 25 øre per liter melk. Det har vært en årlig økning i samlet tilskudd til selskapet, med en særskilt økning i 2011.

2.5.7.3 Innspill fra Rørosmeieriet – en oppsummering

Rørosmeieriet har leieproduksjon av økologisk melk for en av dagligvarekjedene. Råvaretilgangen har til nå vært god, men Rørosmeieriet frykter at volumet av lokal økologisk melk kan blir for liten fremover.

Rørosmeieriet opplever økt salg av fete produkter. De ser det som utfordrende å få solgt tilstrekkelig mengde magre produkter for å holde tritt med økende salg av fete produkter.

Distribusjon

Se avsnitt 2.6.3 Rørosmeieriets distribusjon av flytende produkter.

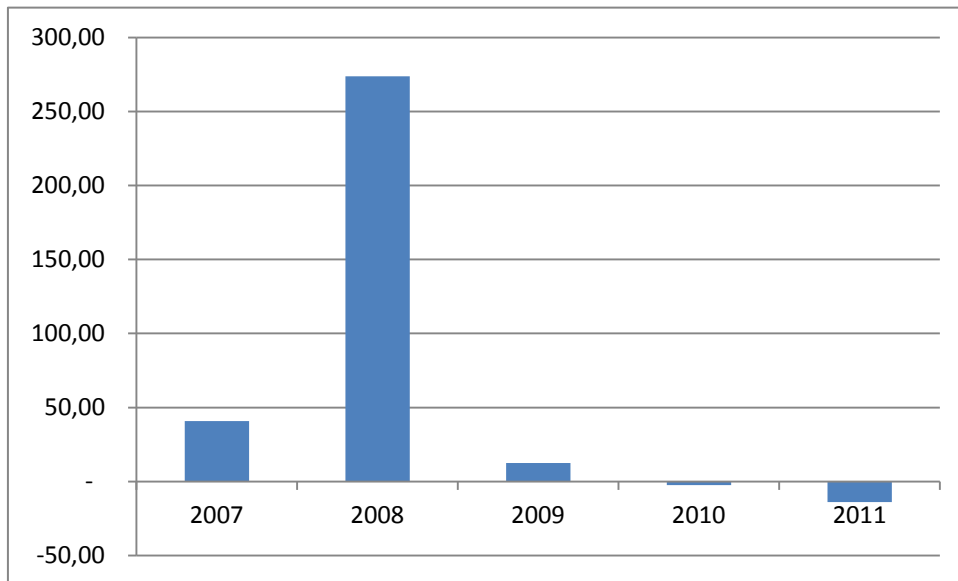
2.5.8 Lillehammer Ysteri AS (Mills DA)

Lillehammer Ysteri AS ble startet opp i 2006. Mills DA overtok aksjemajoriteten i selskapet i 2008. Hovedproduksjonen har etter dette vært Vita Hjertego' Gul. Produktet er en osteerstatning, som vil si at melkefettet er erstattet med plantefett. Anlegget på Lillehammer har ca. 14 ansatte. Melken som anvendes i produksjonen kjøpes fra Tine Råvare.

2.5.8.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

I Nielsens *Markedsrapporten 2008 Dagligvarer i Norge* blir Mills omtalt som den store nykommeren innen ost med introduksjonen av Vita Hjertego' Gul i 2007. Den oppnådde en markedsandel på 0,8 prosent.

Lillehammer Ysteris omsetningsvekst er vist i figuren nedenfor. Tabellen viser tall fra 2007-2011. Ettersom Lillehammer Ysteri ble aktør i PU i 2006, vises ikke omsetningsvekst før i 2007.



Figur 16: Lillehammer Ysteris omsetningsvekst i prosent 2007-2011

Lillehammer Ysteris andeler i PU er oppsummert i tabellen under.

Tabell 43: Andeler beregnet ut fra totalt volum i hovedmelkeanvendelsen i PU²⁵

Prisgrupper	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1 Sure smaksatte dgl.vare								
2 Ikke smaksatte dgl.vare								
3 Søte smaksatte dgl.vare								
4 Ferske oster dagligvare								
5 Modnede oster dagligvare			0,2	0,3	0,7	0,9	1,2	1,0
6 Geitemelkprodukter dgl.vare								
7 Tørrmelk og kasein								
8 Flytende prod. Industri								
9 Ferske oster industri								
10 Modnede oster industri			0,0	0,0		0,2		
11 Geitemelksprodukter industri								
12 Oster, geitem. prod. mv.eksp.								
Markedsregulering								
Sum prisgrupper			0,1	0,1	0,2	0,3	0,4	0,3

Lillehammer Ysteri har vært aktør i prisutjevningsordningen for melk siden 2006, og har hovedsakelig anvendt melk i gruppen modnede oster til dagligvaremarkedet. Noen år har de også anvendt noe melk

²⁵ 2004-2007 er slått sammen til tilsvarende grupper i eksisterende prisgruppestruktur

innenfor gruppen modnede oster til industri. Siden 2007 har Lillehammer Ysteri økt totale andeler med 0,2 prosentpoeng, mens innenfor gruppen modnede oster til dagligvaremarkedet har andelene økt med 0,7 prosentpoeng. Det har vært økning hvert år, med unntak av 2011.

2.5.8.2 Økonomi

Tabellen under viser økonomiske nøkkeltall for Lillehammer Ysteri AS.

Tabell 44: Økonomiske nøkkeltall Lillehammer Ysteri AS (kilde: Brønnøysundregistrene)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Driftsinntekter (mill. kr)	0,0	0,1	7,7	10,8	40,5	45,6	44,4	38,3
Driftsresultat (mill. kr)	-0,8	-0,2	-9,5	-15,6	2,1	2,2	2,1	1,8
Årsresultat (mill. kr)	-0,6	-0,3	-7,6	-12,0	-0,4	1,2	1,6	1,4
Driftsmargin i %		-142,5	-123,5	-144,1	5,1	4,8	4,8	4,8
Egenkapitalrentabilitet (%)		-7,1	-431,3	297,0	-7,7	4,6	4,5	3,7
Totalrentabilitet (%)		-1,4	-42,5	-57,7	5,9	4,4	4,7	4,3
Egenkapitalandel (%)	80,4	28,6	-8,1	-20,9	36,7	57,4	60,4	62,7
Arbeidskapital i % av driftsinntekter		-2 763,8	-149,9	-149,1	24,6	83,2	90,4	114,9
Likviditetsgrad 1	4,8	0,4	0,2	0,2	2,2	6,9	9,0	12,4
Likviditetsgrad 2	4,8	0,4	0,1	0,1	1,6	6,2	8,3	11,5

Konkurranserettete tiltak

Fra 2007 har Lillehammer Ysteri mottatt det konkurranserettete tiltaket med differensiert avgift/tilskudd på 25 øre per liter melk. Tilskuddet har vært økende i perioden inntil 2010. I 2011 falt tilskuddet både i absolutte kroner og relativt til omsetning i forhold til 2010. I 2011 utgjorde tilskuddet ca. 3 prosent av omsetningen.

2.5.8.3 Innspill fra Lillehammer Ysteri

SLF har ikke mottatt innspill og økonomiske data fra Lillehammer Ysteri.

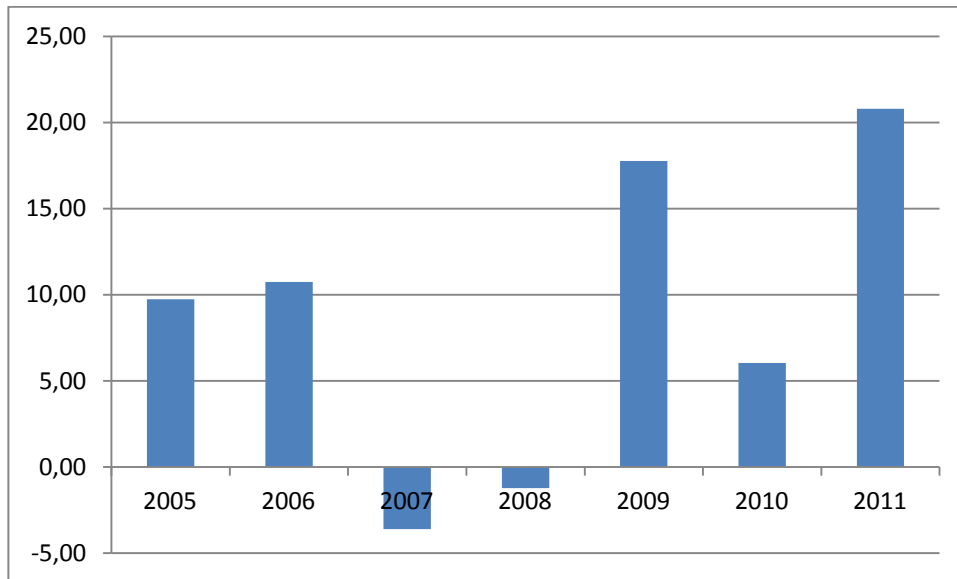
2.5.9 Kraft Foods Norge AS

Kraft Foods Norge AS har ingen produksjonsanlegg i Norge, men produserer fersk ost i Tyskland for det norske markedet basert på norsk melk, under ordningen med utenlands bearbeiding. Kraft Foods i Norge er en del av Krafts Foods Europa med til sammen 24 000 ansatte. Kraft Foods kjøper den melka de bruker fra Tine Råvare.

2.5.9.1 Markedsandeler, omsetningsvekst og andeler i PU

Kraft Foods' markedsandeler på fersk ost er ikke spesifisert i Nielsen-rapportene.

Kraft Foods' omsetningsvekst er vist i figuren nedenfor.



Figur 17: Kraft Foods' omsetningsvekst i prosent 2005-2011

Krafts Foods' produksjonsandeler i PU er oppsummert i tabellen under.

Tabell 45: Andeler beregnet ut fra totalt volum i hovedmelkeanvendelsen i PU²⁶

Prisgrupper	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1 Sure smaksatte dgl.vare								
2 Ikke smaksatte dgl.vare								
3 Søte smaksatte dgl.vare								
4 Ferske oster dagligvare			10,8	8,9	8,4	8,2	6,4	6,4
5 Modnede oster dagligvare								
6 Geitemelkprodukter dgl.vare								
7 Tørrmelk og kasein								
8 Flytende prod. Industri								
9 Ferske oster industri								
10 Modnede oster industri								
11 Geitemelksprodukter industri								
12 Oster, geitem. prod. mv.eksp.								
Markedsregulering								
Sum prisgrupper			0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

²⁶ 2004-2007 er slått sammen til tilsvarende grupper i eksisterende prisgruppestruktur

Totalt sett er Kraft Foods en liten aktør innenfor prisutjevningsordningen for melk. Kraft Foods anvender melk i prisgruppen for ferske oster til dagligvaremarkedet. Siden 2007 har Kraft Foods' andeler i denne gruppen blitt redusert med 2,5 prosentpoeng.

2.5.9.2 Økonomi

SLF har mottatt regnskapstall fra Kraft Foods for meieridriften. Meieridrift er kun en liten andel av selskapets totale drift, og det har derfor ingen hensikt å presentere totale regnskapstall for selskapet her. Kraft Foods har informert om at deres meieritall er gitt etter beste skjønn, men at det har vært vanskelig å skille ut helt nøyaktige tall. Vi har ikke mottatt tall fra balansen som kun omfatter meieridrift. Regnskapstallene for Kraft Foods' meieridrift vil bli anvendt i vurderingen for de nøkkeltallene der vi kan beregne tall ut fra meieridrift.

Konkurranserettete tiltak

Fra 2007 har Kraft Foods mottatt det konkurranserettete tiltaket med differensiert avgift/tilskudd på 25 øre per liter melk.

2.5.9.3 Innspill fra Kraft Foods – en oppsummering

Kraft Foods Norge er datterselskap i et globalt matvarekonsern. Kraft Foods mener at en av hovedutfordringene til den norske delen av selskapet er det særnorske høye prisnivået på (bearbejdede) landbruksvarer. For Kraft Foods i Norge er sjokolade det viktigste produktet, og Kraft Foods er derfor opptatt av prisutviklingen på helmelkspulver. Kraft Foods skriver i sitt innspill at den norske prisutviklingen tydeliggjør et regulert marked med lite konkurranse og at de er bekymret over en utvikling der en kan ane konturene av et endret subsidieregime. Kraft Foods mener at dette i så fall må kompenseres med prisnedskrivning (PNS).

2.6 Distribusjon

Distribusjonsmønsteret fra matindustribedrifter til matvarekjedene har endret seg de siste årene. Kjedenes har gradvis tatt over industriens egen distribusjon. 50 prosent av distribusjonen gikk gjennom kjedenes egen engrosvirksomhet i 2005. I 2008/09 var den oppe i ca 70 – 80 prosent²⁷, og andelen er økende. Tine er en av få aktørene som fortsatt kontrollerer egne varestrømmer.

Det skilles mellom distribusjon av flytende og faste melkeprodukter. Distribusjon av faste melkeprodukter skjer hovedsakelig gjennom grossist for alle meieriselskapene, mens Tine er alene om å ha egen distribusjon av flytende melkeprodukter. Distribusjonskostnadene for flytende melkeprodukter utgjør en større del av vareverdien enn for faste produkter. Det er derfor relativt sett dyrere å distribuere flytende melkeprodukter enn faste. Faste melkeprodukter, som f. eks. ost og smør, har også lengre holdbarhet enn f. eks. drikkemelk. Faste melkeprodukter er dermed ikke avhengig av så hyppige leveringer til butikk som flytende melkeprodukter.

²⁷ Meld. St. 9 (2011-2012) Landbruks- og matpolitikken. Velkomment til bords. Avsnitt 4.3.1.3

Prisindeksen fra Statistisk sentralbyrå (SSB) for godstransport på vei viser at transportkostnadene for kjølte og fryste varer økte med vel 17 prosent i perioden fra 2007 til 2011. Totalindeksen for lastebiltransport viser en kostnadsøkning på vel 22 prosent i samme periode.

Transportkostnadene utgjør en stor del av distribusjonskostnadene.

2.6.1 Tines distribusjon av flytende meieriprodukter

Distribusjon av flytende produkter fra Tine skjer gjennom deres direktedistribusjon. Tine distribuerer flytende melkeprodukter til dagligvarehandelen fra 20 terminaler. 16 av disse er kombinert med meieridrift, mens distribusjonen fra de øvrige 4 skjer ved såkalt cross docking (samlasting). I 2007 distribuerte Tine fra 23 anlegg. Anlegg i Hagesund ble nedlagt i 2008, samtidig som det ble bygd nytt lager i Harstad i 2008. Anlegg i Setesdal ble lagt ned i 2011.

Tines biler leverer til alle kundesegmenter, herunder industri, KBS, storhusholdning, skoler og dagligvare.

Tines distribusjon er primært tilpasset eget volum, men på grunn av ukeskjevhet i salget er det noe ledig kapasitet. Tine distribusjon tilbyr derfor sine tjenester til andre aktører som tilfredsstiller Tines kvalitetskrav (kjølekjede).

Juice, ferskoster og grøt, samt Fjordlands middagsretter distribueres sammen med flytende melk. Noen kunder får også ost, smør/margarin og andre faste produkter levert sammen med flytende melk. Modnet ost, smør/margarin og andre faste produkter omsettes i hovedsak gjennom grossister.

2.6.2 Q-meierienes distribusjon av flytende meieriprodukter

Q-meieriene kjøper distribusjonstjenester fra alle de fire kjedene. I tillegg kjøper de transporttjenester fra tredjepart til frakt fra meierianlegg til nærmeste distribusjonsterminal for en av kjedene, mens de i 2007 kjøpte slike transporttjenester for tre av kjedene. De andre kjedene har distribusjon av Q-meierienes produkter fra meieri til butikk i dag.

Q-meieriene opplyser om at de i det siste har begynt å distribuere til storhusholdningsmarkedet og mindre butikker, og at det betyr en forventet økning i distribusjonskostnadene.

2.6.3 Rørosmeieriets distribusjon av flytende produkter

Rørosmeieriet kjøper distribusjonstjenester hos Tine for deler av sitt behov. De produktene som leieproduseres av Rørosmeieriet selges fra meieri, slik at de ikke har direkte distribusjonskostnader knyttet til disse produktene. Imidlertid gjenspeiler dette seg i produktprisen.

Rørosmeieriet starter imidlertid opp med egen distribusjon av flytende og faste melkeprodukter til nærområdet i 2012.

2.7 Utvikling i melk fra egne produsenter

Av meieriselskapene som deltar i prisutjevningsordningen for melk er det Tine og Q-meieriene som har egne melkeleverandører. Av melka som Tine mottar foredler de vel 80 prosent selv og resten selges til andre meieriselskaper (markedsregulators forsyningsplikt). Q-meieriene foredler stort sett all melk som de mottar fra egne leverandører.

Tabell 46: Melkemottak ku- og geitemelk i mill. liter, samt andel av mottatt melk

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Sum kumelk	1 500	1 541	1 526	1 501	1 506	1 476
Tine, andel kumelk	95,8 %	96,0 %	95,9 %	95,7 %	95,3 %	95,2 %
Q-meieriene, andel kumelk	4,2 %	4,0 %	4,1 %	4,3 %	4,7 %	4,8 %
Sum geitemelk	19,7	19,4	19,4	19,9	20,0	19,6
Tine, andel geitemelk	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Kilde: Tine

Som tabellen viser mottar Tine vel 95 prosent og Q-meieriene nesten 5 prosent av all kumelk som leveres til disse meieriene.

I 2011 hadde Tine totalt 14 876 medlemmer, mens antall hentepunkter var 10 890. Både antall medlemmer og antall hentepunkter er gradvis redusert i perioden fra 2007 til 2011. I 2007 hadde Tine 16 312 medlemmer og 13 636 hentepunkter.

Fra og med 2007 til og med 2011 har Tine SA en nedgang på omlag 74 millioner liter melk. Snaut 13 millioner liter av nedgangen skyldes netto overgang til Q-meieriene i løpet av disse årene. I gjennomsnitt er nettoovergang fra Tine til Q-meieriene på 12 produsenter per år i perioden 2007 - 2011.



I 2011 var 504 produsenter knyttet til Q-meieriene, fordelt på 297 henteplasser. Tilsvarende tall for 2007 var 523 produsenter fordelt på 361 henteplasser. Det har også for Q-meieriene vært en gradvis reduksjon av produsenter og henteplasser i perioden.

Q-meieriene melder om at det er stor grad av stabilitet med hensyn til meieritilknytning. Inn og utmelding mellom Tine og Q-meieriene foregår som regel kun når melkeprodusenter inngår samdrift, eller overlater gården til neste generasjon.

3 Vurderinger

I dette kapitlet evalueres utviklingstrekk i markedet med hensyn på konkurransesituasjonen i meierisektoren. Kapittel 3.1 tar for seg råvaremarkedet og kapittel 3.2 produktmarkedene, herunder volumer og markedsandeler. Nøkkeltall og økonomiske resultater for aktørene i prisutjevningsordningen vurderes i kapittel 3.3. I kapittel 3.4-3.6 vurderes effekten av de konkurranserettede tiltakene i perioden etter 2007 samt behov for endringer i tiltakene. Vi vurderer vi konsekvenser av endringsforslagene og illustrerer dette med noen regneeksempler i kapittel 3.7. Behov for eventuelt andre konkurranserettede tiltak i PU vurderes i kapittel 3.8.

3.1 Gradvis økte andeler til Q-meieriene og større fleksibilitet i kvoteordningen

SLF konkluderer med at det har skjedd endringer i råvaremarkedet siden 2007. Effektiviseringen i landbruket medfører at antall melkeprodusenter og henteplasser reduseres gradvis. Denne utviklingen skjer uavhengig av de konkurranserettede tiltakene i PU.

I 2007 mottok Q-meieriene 4,0 prosent av norskprodusert kumelk, mens Tine mottok 96,0 prosent. Q-meierienes andel økte gradvis i perioden og var på 4,8 prosent i 2011. Q-meierienes andel av det totale råvaremarkedet er beskjeden, men utviklingen har i perioden fra 2007 vært positiv for Q-meieriene. I perioden 2007-2011 har det vært en gjennomsnittlig nettoovergang fra Tine til Q-meieriene på 12 melkeprodusenter per år.

Myndighetene har også gjort endringer i kvoteordningen for melk som gjør det enklere å starte opp som ny melkeprodusent. Disse endringene trådte i kraft 01.01.2012 og har ikke hatt betydning for utviklingen i råvaremarkedet i perioden fra 2007 til 2011, men en kan forvente at det vil kunne få betydning fremover.

Ny forskrift om kvoteordningen for melk innebærer blant annet at alle som har en landbrukseiendom nå kan kjøpe melkekvote i den private og statlige omsetningsordningen og begynne med melkeproduksjon. Reglene for kvoteleie er også litt mer fleksible. Tidligere måtte man leie ut kvoter for minimum fem år. Denne regelen er opphørt, og produsentene kan nå avtale selv hvor lenge leieforholdet skal vare.

3.2 Utvikling i volumer og markedsandeler i produktmarkedene

Norsk melkeproduksjon på primærleddet ble redusert i perioden 2004-2006, mens det var en produksjonstopp i 2007. I perioden etter 2007 har det totalt sett vært en nedgang i volum. Samme trend ser vi innenfor anvendelsen av melk rapportert i PU, som vist i tabell 12.

Tabellen under viser utviklingen i andeler av norsk produksjon mellom aktørene i prisutjevningsordningen i perioden 2004 til 2011. Tallene gjelder totalmarkedet for meieriprodukter innenfor hovedmelkeanvendelsen.

Tabell 47: Andeler hovedmelkeanvendelse 2004-2011 i prosent

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Tine	88,9	85,6	83,3	84,2	82,9	82,5	82,3	80,6
Q-meieriene	2,9	4,0	4,7	4,9	5,3	5,5	5,5	6,4
Synnøve Finden	4,8	6,7	7,9	6,6	7,4	7,4	7,3	7,9
Normilk	3,3	3,6	3,8	4,1	4,1	4,2	4,3	4,5
Rørosmeieriet	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Lillehammer Ysteri	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,3	0,4	0,3
Kraft Foods	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Aksut	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
SUM uavhengige aktører	11,1	14,4	16,7	15,8	17,1	17,5	17,7	19,4
SUM Alle	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tine er den klart største meieriaktøren i Norge, og har andeler i PU på over 80 prosent gjennom perioden. Til sammen har andre meieriselskap enn Tine økt andeler fra 11,1 prosent i 2004 til 19,4 prosent i 2011. Dette er en økning på 8,3 prosentpoeng. Fra 2007 til 2011 har økningen vært 3,6 prosentpoeng. Foreløpige tall til og med september 2012 viser at utfordrerne til Tine har tatt ytterligere 0,6 prosentpoeng av andelen i hovedmelkeanvendelsen sammenlignet med samme periode i 2011.

Tabellen nedenfor viser utviklingen innenfor biproduktanvendelsen. Tine, Q-meieriene, Synnøve Finden, Normilk og Rørosmeieriet anvender biprodukter.

Tabell 48: Andeler biproduktanvendelse 2004-2011 i prosent

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Tine	95,0	93,7	91,8	92,8	94,0	93,3	92,2	91,3
Q-meieriene	1,3	1,5	1,4	1,8	1,8	1,8	1,9	1,8
Synnøve Finden	1,6	2,9	4,0	2,1	0,4	1,4	2,3	2,8
Normilk	2,1	2,0	2,7	3,3	3,7	3,5	3,5	4,0
Rørosmeieriet	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Lillehammer ysteri								
Kraft Foods								
Aksut								
SUM uavhengige aktører	5,0	6,3	8,2	7,2	6,0	6,7	7,8	8,7
SUM Alle	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tine er også den klart største aktøren innenfor biproduktanvendelsen. Tine har større andel av denne produksjonen enn innenfor hovedmelkeanvendelsen. De andre meieriselskapene har imidlertid økt sine andeler fra 5,0 prosent i 2004 til 8,7 prosent i 2011, noe som er en økning på 3,7 prosentpoeng. Fra 2007 til 2011 har økningen vært på 1,5 prosentpoeng. Foreløpige tall til og med september 2012 viser at utfordrerne til Tine har tatt ytterligere 0,9 prosentpoeng av andelen i biproduktanvendelsen sammenlignet med samme periode i 2011.

Importen av meieriprodukter har økt gjennom perioden. Ost er det produktet som har blitt mest utfordret av importkonkurranse. Importen av yoghurt har også økt, spesielt etter 2009. Import av drikkemelk er fremdeles minimal, mens syrnet melk blir det importert mer av. I tillegg importeres det noe pulver, myse og smør. For en totaloversikt av import av meieriprodukter, se tabell 14 og tabell 15.

Siden 2004 har det jevnt over vært eksportert mer meieriprodukter enn importert. I 2011 var volumene av eksport og import imidlertid omtrent like store. Den største eksportvaren innenfor meieriprodukter er ost (jf. tabell 18 og tabell 19).

Som vist i tabell 22 og tabell 23 har verdien på omsatt kvantum meieriprodukter økt i perioden 2004-2011. Det har vært størst prisøkning på drikkemelk og yoghurt, mens det har vært lavest prisøkning på ost.

3.2.1 Utfordrerne til Tine øker innenfor drikkemelk

Totalforbruket av melk har vært relativt stabilt siden 2007, med en nedgang på 0,1 prosent (jf. kapittel 2.4.3 og tabell 9). Samtidig melder OFM om at norske forbrukere drikker mindre melk, men fordi befolkningen øker har totalforbruket vært tilnærmet uendret.

I henhold til tall fra Nielsens rapporter om dagligvarehandelen har det derimot vært en økende verdimessig utvikling på søtmelk fra 2006 (jf. figur 3). Omsetningsverdien har økt med om lag 1,1 mrd. kroner i perioden 2006-2011. Det må imidlertid ses i sammenheng med at det har vært prisøkning på drikkemelk i samme periode. Som vist i tabell 22 og tabell 23 har verdiutviklingen på drikkemelk vært høyere enn utviklingen i konsumprisindeksen, som økte med om lag 10 prosent fra 2007-2011 og høyere enn utviklingen for mat- og alkoholfrie drikkevarer, som i følge NILF økte med 9 prosent i samme periode.



Importen av flytende melk til det norske markedet er minimal (jf. tabell 14 og tabell 15), og vil derfor ikke ha betydelig innvirkning på norske drikkemelksprodusenters markedsandeler. Konkurransen i drikkemelksmarkedet utspiller seg mellom norske meierier og derfor vil volumtallene i PU kunne brukes som et uttrykk for utviklingen i markedet for drikkemelk.

Det er Tine, Q-meieriene og Rørosmeieriet som produserer drikkemelk. I PU har det vært en reduksjon i anvendelsen av melk til prisgruppe 2 der drikkemelk inngår, både siden 2004 og siden 2007 (jf. tabell 12). I perioden 2007 til 2011 har Tines andel blitt redusert fra 88,3 prosent til 85,8 prosent (ned 2,5 prosentpoeng). Foreløpige tall til og med september 2012 viser at Tine taper ytterligere andel, med 2,0 prosentpoeng sammenlignet med samme periode i 2011. Andelene har hovedsakelig blitt overtatt av Q-meieriene, som til tross for at total melkemengde er redusert har økt volumet sitt innenfor prisgruppen hvert år siden 2007. Q-meieriene hadde imidlertid en enda sterkere vekst i andeler i denne prisgruppen i perioden 2004-2006 sammenlignet med perioden etter 2007. Den sterkere økningen i andeler kan imidlertid forklares av at Q-meieriene lå på et lavere nivå i 2004 sett i forhold til resten av perioden.

SLFs vurdering er således at det har blitt større konkurranse på drikkemelk i dagligvaremarkedet. Samtidig har det ikke blitt bredere konkurranse innenfor drikkemelksmarkedet. Rørosmeieriets andel er svært liten, og Q-meieriene er derfor den største utfordreren til Tine.

3.2.2 Økt konkurranse i ostemarkedet

Totalforbruket av ost har økt hele perioden 2004-2011. Importen utgjør imidlertid en stor andel av økningen i osteforbruket, og osteimporten økte med nesten 1 500 tonn fra 2004-2006 og med over 2 600 tonn i perioden 2007-2011 (jf. tabell 14). Samtidig eksporteres det også en del ost fra Norge. Jevnt over har det vært eksportert noe mer ost enn det har vært importert, men i 2011 er importen og eksporten på omtrent samme nivå i verdi (jf. tabell 15 og tabell 19). Noe eksportert melk og myse kommer tilbake til det norske forbrukermarkedet gjennom oster som er laget ved utenlands bearbeiding. Dette betyr at norsk produksjon utgjør en stadig mindre andel av ostemarkedet.

I tillegg til økning i forbruk og import har ostemarkedet også økt i verdi. Tall fra Nielsen viser at verdien på ost har økt jevnt i perioden 2006-2011 (jf. figur 3). Dette følger trenden i norsk dagligvarehandel der total omsetning har økt i samme periode. Samtidig er ost den produktgruppen med lavest prisutvikling de seneste årene sammenlignet med andre meieriprodukter, som vist i tabell 22.

Selv om det norske ostemarkedet er preget av importkonkurranse vil utviklingen i volumtallene i PU kunne si noe om konkurranseforholdene mellom aktørene i PU. For dagligvaremarkedet rapporteres melk anvendt til ost i flere forskjellige grupper: ferske oster, modnede oster og geitmelksprodukter. Volumet i disse tre prisgruppene har samlet økt i perioden 2004-2011, selv om det har vært en liten nedgang i volum fra 2010 til 2011. Nedgangen i 2011 skyldes redusert volum i prisgruppen for modnede oster. Tallene per år er oppsummert i tabell 12. Vi presiserer at sammensetningen av produkter i disse gruppene i PU ikke nødvendigvis sammenfaller helt med produktenes konkurranseflate i markedet. Andelsfordeling av totalvolumet i disse tre prisgruppene er vist i tabellen under.

Tabell 49: Andeler av totalt anvendt melk i prisgruppene for ferske oster (prisgruppe 4), modnede oster (prisgruppe 5) og geitmelksprodukter (prisgruppe 6) i dagligvaremarkedet (prosent)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Tine	85,8	81,4	78,0	82,2	80,9	80,1	79,3	76,6
Synnøve Finden	14,1	18,5	21,5	17,3	18,1	18,5	18,5	20,7
Andre	0,0	0,0	0,5	0,5	1,0	1,4	2,2	2,7
Totalt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Synnøve Finden er den største konkurrenten til Tine innenfor produksjon av modnet ost. Som vi ser av tabellen økte Synnøve Findens andel av total produksjon for dagligvaremarkedet nesten hvert år gjennom perioden. Andelen har økt med 7,4 prosentpoeng i perioden 2004-2006, mens i perioden 2007-2011 har andelen økt med 3,4 prosentpoeng. Den høyere veksten i andeler i perioden før 2007 kan forklares av at Synnøve Finden hadde et mindre volum i 2004 i forhold til resten av perioden. Tines andeler ble redusert med 7,8 prosentpoeng fra 2004-2006, og med 5,6 prosentpoeng i perioden 2007-2011. I tillegg til Synnøve Finden har også andre aktører, inkludert Q-meieriene, tatt andeler fra Tine. For 2012 viser foreløpige tall til og med september omtrent samme andelsfordeling som i 2010.

Synnøve Findens volum har dessuten økt fra 2004-2011. Foruten en nedgang i volum i 2007 har Synnøve Finden økt volumet av melk anvendt til ost hvert år gjennom hele perioden. Dette gjelder også i 2011 da totalvolumet i de tre prisgruppene som omfatter ost i dagligvaremarkedet gikk ned. Tines volum er totalt sett redusert siden 2004.



Nielsens rapporter om norsk dagligvarehandel viser at Tine har hatt en stabil verdimessig andel av totalmarkedet for ost på i overkant av 60 prosent gjennom perioden 2006-2011. Total omsetning av ost har imidlertid økt fra 4,8 mrd. kroner i 2006 til 6,8 mrd. kroner i 2011, så Tine har økt sin totale omsetning i nominelle kroner i perioden. Synnøve Findens andel av omsetningen av ost i dagligvarehandelen har derimot blitt redusert fra 13,3 prosent i 2006 til 10,0 prosent i 2011, noe som tilsvarer en reduksjon på nesten 25 prosent. Registreringen Nielsen foretar omfatter Synnøve Findens merkevareprodukter, mens PU omfatter all anvendelse av melk som innrapporteres fra selskapet, inklusive melk brukt i produksjon av for eksempel EMV-varer.

Nielsens tall inkluderer import som utgjør rundt 7 og 8 prosent av totalmarkedet i verdi for henholdsvis 2006 og 2011. Import er en faktor som forklarer hvorfor utviklingen fremstår annerledes i PU enn i dagligvarehandelen. I tillegg viser tallene fra Nielsen verdiutvikling, mens PU-tallene viser volumutvikling.

SLFs vurdering er at det er økende konkurranse innenfor norsk produksjon av ost, samtidig som norskprodusert ost møter økende importkonkurranse i dagligvarehandelen. Det har imidlertid ikke vært noen bred utvikling i konkurransesituasjonen mellom norske aktører siden 2007, da den merkbare konkurransen til Tine innenfor modnet ost i PU i stor grad er begrenset til én aktør.

Fersk ost blir omtalt i delen om yoghurt nedenfor.

3.2.3 Økt importkonkurranse på yoghurt

Totalforbruket av yoghurt er i vekst, og tall fra Nielsen viser at omsetningsverdien på yoghurt er nær doblet siden 2006 (jf. figur 3). OFM og Nielsens tall inkluderer import og ”yoghurtlignende” produkter som skyr. Også produksjonen av yoghurt har økt. Totalt har derfor yoghurtmarkedet blitt større de siste årene, samtidig som importert vare utgjør en stadig økende andel av omsetningen av yoghurt i norsk dagligvarehandel. Importandelen har økt fra 2,8 prosent i 2007 til 8,7 prosent i 2011 (jf. tabell 10).

I PU rapporteres yoghurt i prisgruppe 1, sure smaksatte flytende produkter i dagligvaremarkedet. Om lag 70 prosent av melken i denne gruppen anvendes til yoghurt. Aktørenes andeler i prisgruppen vil derfor gi en god indikasjon på konkurranseforholdet mellom norske yoghurtprodusenter, men vi presiserer at volumtallene også omfatter andre produkter. Den totale mengden anvendt melk i denne prisgruppen har steget hvert år siden 2004. Tine er største aktør med andeler på 98-99 prosent gjennom hele perioden. Fra 2007 til 2011 er Tines andel redusert med i underkant av 1 prosent, men volumet har gått jevnt oppover. Foreløpige tall til og med september 2012 viser en nedgang på rundt 1 prosentpoeng i andel for Tine sammenlignet med tilsvarende periode for 2011. Tines produksjonsandel i PU er imidlertid høyere enn Tines markedsandel på yoghurt, fordi tallene i PU også omfatter lisensproduksjon av Yoplait for Fjordland. For uten Tine (og Fjordland) er det kun Q-meieriene og Rørosmeieriet som produserer innenfor prisgruppen, og deres andeler er relativt små og omfatter dessuten ikke bare yoghurt.

De siste årene har norsk produksjon av ferske oster (skyr, kesam og kvarg) som markedsføres i ”yoghurtsegmentet” økt. Som vist i tabell 12 er produksjonen av fersk ost til dagligvaremarkedet doblet fra 2007 til 2011, og noe av økningen skyldes produkter som markedsføres i ”yoghurtsegmentet”. Q-meieriene er den største utfordreren til Tine, og har tatt andeler innenfor prisgruppen for ferske oster hvert år siden de startet skyr-produksjonen i 2009. Samtidig omfatter gruppen for ferske oster også mer tradisjonelle ferske oster og som fremdeles har hovedvekten av volumet i gruppen.

SLFs vurdering er at utviklingen i produksjon av ferske oster i ”yoghurtsegmentet” gir en indikasjon på at Tine utfordres av norske produsenter i yoghurtmarkedet, både innenfor yoghurt (Fjordland) og på produkter utenfor den meierifaglige definisjonen av yoghurt enn tradisjonelle yoghurtprodukter. I tillegg møter Tine konkurranse fra import i dagligvarehandelen.

3.2.4 To norske produsenter av tørrmelk

Norske tørrmelksprodusenter leverer produkter til industrimarkedet, og det er to norske aktører (Tine og Normilk) som konkurrerer om markedsandelene. I tillegg møter de noe importkonkurranse. Import av tørrmelk er oppsummert i tabell 14 og tabell 15. Importvolumet er imidlertid mindre enn på andre produktgrupper som ost og yoghurt, og tilsvarer under 1 prosent av norsk tørrmelksproduksjon. Totalt sett har derfor importen lite å si for fordelingen av markedsandeler mellom Tine og Normilk, og volumtallene i PU vil gi et godt bilde av markedssituasjonen.



Fordelingen av andelene i PU har endret seg i perioden 2004-2011. Frem til 2008 hadde Tine størst andel av produksjonen, mens siden 2009 har Normilk hatt en større andel enn Tine. Tines volum er totalt sett redusert i perioden selv om det ikke har vært noen jevn nedgang, mens Normilks volum har steget relativt jevnt siden 2004.

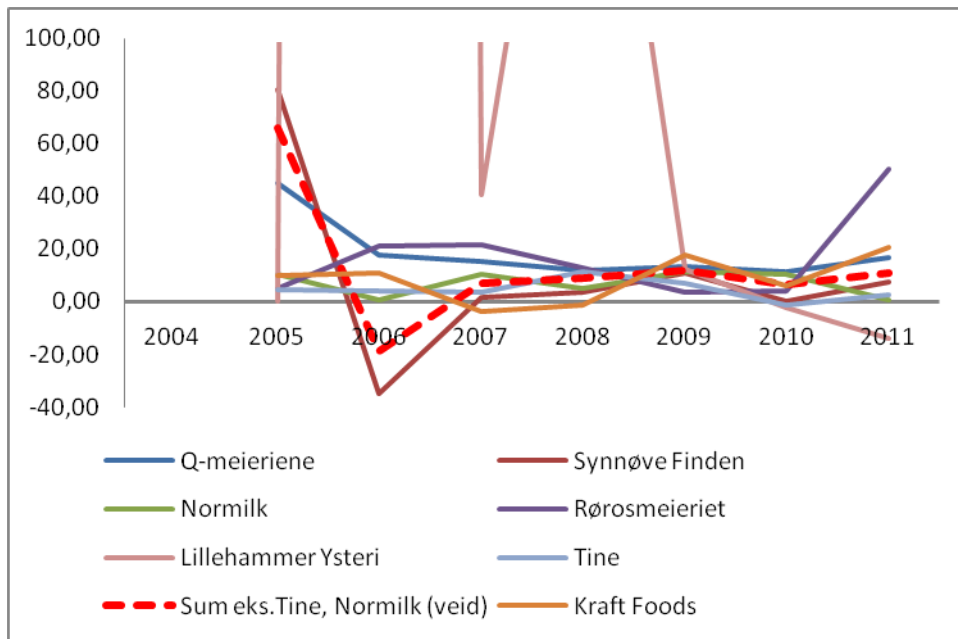
SLFs vurdering er at tallmaterialet viser at Normilk er en reell konkurrent til Tine i tørrmelksmarkedet, og at Tine ikke var største aktør i 2011. Foreløpige tall til og med september 2012 viser at Tine går ned med 3,6 prosentpoeng sammenlignet med samme periode i 2011.

3.2.5 Varierende omsetningsvekst

Som omtalt i kapittel 2.5.1 vil omsetningsvekst kunne gi en indikasjon på hvordan meieriselskapene klarer seg i markedet. I følge NILF økte nesten 70 prosent av bedriftene innen norsk matindustri sin omsetning i 2008, mens omsetningsveksten har vært noe lavere i 2009 og 2010 for de fleste bedrifter. I følge NILF opplevde dessuten 75 prosent av meieribedriftene høyere omsetning i 2010 enn året før.²⁸

Figuren nedenfor oppsummerer omsetningsvekst for de aktørene der vi har tall til å regne ut dette.

²⁸ Kilde: NILFs rapport Mat og industri 2011



Figur 18: Omsetningsvekst 2005-2011 (prosent)

Omsetningsvekst for den enkelte aktør er også vist under kartlegging per aktør i kapittel 2.5. Omsetningsveksten er omtalt i nominelle kroner, og er beregnet for perioden 2005-2011. Tine har hatt en litt varierende omsetningsvekst, med 2008 som et toppår. Tines vekst har vært positiv alle år med unntak av 2010. Q-meierienes omsetningsvekst har vært relativt stabil siden 2006 på et nivå mellom 11 og 18 prosent årlig vekst. Synnøve Finden har hatt positiv vekst alle år med unntak av 2006. Normilk har hatt positiv vekst gjennom hele perioden 2005-2011, med et gjennomsnitt på vel 7 prosent per år. Rørosmeieriet har hatt litt varierende vekst, men den har vært positiv hvert år. For Rørosmeieriet utpeker dessuten 2011 seg ut som et toppår. Lillehammer Ysteri hadde svært høy vekst i 2008, mens i 2010-2011 har veksten vært negativ.

SLF konkluderer med at omsetningsveksten i meieriindustrien varierer i perioden 2005-2011. Noen av aktørene har enkeltår uten vekst, men totalt sett er det få år der meieriselskapene ikke har vekst i omsetningen.

I tabellen nedenfor har vi beregnet de enkelte meieriselskaperes andeler av de totale driftsinntektene i meieriindustrien. Andelene er beregnet ut fra regnskapstall fra Brønnøysundregistrene på konsernnivå.

Tabell 50: Meieriselskaperes andeler av totale driftsinntekter (i prosent)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	snitt 04-06	snitt 07-11
Tine	92,0	88,3	90,5	90,2	90,4	90,0	89,3	88,6	90,3	89,7
Q-meieriene	2,0	2,7	3,1	3,5	3,5	3,7	4,1	4,6	2,6	3,9
Synnøve Finden	4,5	7,4	4,8	4,7	4,4	4,5	4,5	4,7	5,6	4,5
Normilk	1,1	1,2	1,1	1,2	1,1	1,2	1,3	1,3	1,1	1,2
Rørosmeieriet	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Lillehammer Ysteri	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,2
Aksut	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0		

Kraft Foods	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3
SUM	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Sum eks.Tine	8,0	11,7	9,5	9,8	9,6	10,0	10,7	11,4	9,7	10,3
Sum eks.Tine, Normilk	6,9	10,5	8,4	8,6	8,4	8,8	9,4	10,1	8,6	9,1

Tines andel er redusert både siden 2004 og siden 2007, mens de andre aktørenes samlede andel har økt. Q-meieriene har økt sin andel mest, både i perioden 2004-2006 og i perioden etter 2007. De andre aktørene har vært på et relativt stabilt nivå, med unntak av Synnøve Finden i 2005²⁹. Tabellen viser imidlertid at Tines andel er stor gjennom hele perioden, selv om den har blitt noe redusert frem mot 2011.

3.3 Vurdering av nøkkeltall og økonomiske resultater

I denne delen analyserer vi bedriftenes økonomiske situasjon for perioden 2004-2011 ved hjelp av ulike økonomiske nøkkeltall. Analysen er bygd opp etter nøkkeltall slik at vi skal kunne se de ulike meieriselskaperens lønnsomhet, likviditet og soliditet i forhold til hverandre. SLF setter hovedfokus på nøkkeltallene driftsmargin, egenkapitalrentabilitet og egenkapitalandel. SLF har imidlertid gjort en helhetsvurdering av meieriselskaperne basert på alle nøkkeltallene som er presentert per aktør i kapittel 2.5.

Videre ser vi på hvordan situasjonen ville ha vært uten de konkurranserettede tiltakene innenfor hvert nøkkeltall. Først har vi korrigert for midlertidig tilskudd på 12 øre per liter anvendt melk. Dette tiltaket var en kompensasjon til Q-meieriene og Synnøve Finden i perioden 01.07.2007 til 01.07.2011, og er slik sett i en særstilling sammenlignet med de andre tiltakene. Deretter har vi korrigert for alle de konkurranserettede tiltakene, og analysert hvordan den økonomiske situasjonen ville ha vært for meieriselskaperne uten tilskudd(ene) hver av dem mottar.



Som nevnt i kap. 2.3 opphørte ordningen med etterregning i PU 01.07.2007. Som en følge av nevnte ordning har meieriselskaper utenom Tine mottatt tilskuddutbetalinger fra denne ordningen frem til 2008. Etterregningsbeløp som meieriene har mottatt i perioden 2004 til 2008 er ikke korrigert for i de analysene som SLF har foretatt.

²⁹ Synnøve Findens driftsinntekter økte med 80 prosent fra 2004 til 2005. Hovedøkningen skyldes salg av Den Stolte Hane AS, samt økte driftsinntekter på meierivirksomheten og annen virksomhet, jf. note 1 til Synnøve Findens årsregnskap for 2005.

Noen selskaper har også noe annen produksjon enn meieriprodukter. Vi har skilt ut meieridrift fra selskapets totale virksomhet, og ser på om det er endringer i selskapenes økonomiske resultat for kun meieridrift. Dette gjelder Tine, Q-meieriene og Synnøve Finden.³⁰

Vi analyserer også kontantstrøm for Tine, Q-meieriene og Synnøve Finden.

SLF har valgt å bruke norsk matindustri i årene 2007-2010 som sammenligningsgrunnlag med de økonomiske nøkkeltallene, noe som er nærmere begrunnet i avsnitt 3.3.1 om driftsmargin. For 2011 har vi ikke tall for norsk matindustri.

3.3.1 Bedrede driftsmarginer

Når man evaluerer et selskap basert på driftsmargin, bør det blant annet hensyntas hvilken bransje selskapet opererer i. Q-meieriene har spilt inn at de mener det er relevant å sammenligne norske meieriselskaper med gjennomsnittet av en rekke europeiske meieriselskaper, som Q-meieriene hevder har en gjennomsnittlig driftsmargin på 6,5 prosent.

I en vurdering av hvorvidt norsk meieriindustri har mest til felles med europeisk meieriindustri eller norsk matindustri har SLF lagt følgende til grunn: Konsumet av matvarer er generelt lite konjunkturutsatt, særlig gjelder dette konsummelk. Videre er det SLF sin oppfatning at importvernet i betydelig grad skjærmer norsk meieriindustri fra importkonkurranse (selv om spesielt importkonkurransen på ost og yoghurt har økt i perioden). I tillegg bidrar målprissystemet til prisstabilitet. Videre tyder tallene SLF har innhentet knyttet til likviditetsgrad, på en industri med lav kommersiell risiko. SLF har på denne bakgrunn valgt å sammenligne selskapene med driftsmarginen i norsk matindustri, som i 2010 hadde en gjennomsnittlig driftsmargin på 4,0 prosent. Matindustriens driftsmargin var i snitt på 3,9 prosent i 2009, 3,8 prosent i 2008 og på 3,7 prosent i 2007³¹. SLF har imidlertid også innhentet informasjon om lønnsomhet for meieriselskaper i Danmark/Sverige og Finland. Til sammenligning hadde Arla en driftsmargin på 3,1 prosent og Valio hadde en driftsmargin på 3,9 prosent i 2011. SLF vurderer det videre slik at en bedrift som er i en startfase og opplever omsetningsvekst vil ha lavere driftsmargin enn en etablert bedrift med mer stabil omsetning.

Når det gjelder sammenligning av driftsmarginer meieriselskapene i mellom, gjør SLF oppmerksom på at overskuddet fra Tines foredlingsvirksomhet som utbetales til melkeprodusentene, ikke inngår i driftskostnadene, men fremkommer som en del av årsoppgjørdisposisjonene.

Tabellen nedenfor viser driftsmarginene per selskap, samt veid gjennomsnittlig driftsmargin for hele meieriindustrien per år. I tillegg er det lagt til en rad der Tines og Normilks driftsmargin er trukket fra, for å se utviklingen blant de aktørene som mottar konkurranserettede tilskudd.

³⁰ Kraft Foods har også annen produksjon enn meieriprodukter. Ettersom produksjonen i hovedsak er annen virksomhet enn meieriprodukter har vi ikke gått inn i regnskapene for hele Kraft Foods' virksomhet her. Kraft Foods' tall i denne rapporten gjelder kun meieridrift.

³¹ Kilde: NILFs rapporter Mat og industri 2009-2012

Tabell 51: Driftsmargin (prosent)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	snitt 04-06	snitt 07-11
Tine	1,9	2,9	2,4	3,7	3,5	4,8	6,3	6,1	2,4	4,9
Q-meieriene	3,1	-14,1	-12,4	0,5	3,6	4,6	4,4	4,8	-7,8	3,6
Synnøve Finden	0,6	0,1	-17,3	-0,1	7,0	4,1	7,8	9,2	-5,5	5,6
Normilk	14,8	14,1	9,6	12,8	12,9	10,1	10,8	10,6	12,8	11,5
Rørosmeieriet	0,6	1,6	-6,3	1,3	1,2	5,6	4,0	4,2	-1,4	3,3
Lillehammer Ysteri		-142,5	-123,5	-144,1	5,1	4,8	4,8	4,8	-133,0	-25,0
Aksut	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,2	0,0		
Kraft Foods	41,6	32,6	34,4	24,6	23,2	6,1	7,2	5,4	36,2	13,3
SUM (veid)	2,2	2,5	1,1	3,5	3,8	4,8	6,3	6,2	1,9	4,9
Sum eks. Tine, Normilk (veid)	3,2	-2,6	-13,7	0,1	6,1	4,4	6,1	6,9	-4,4	4,7

Som vist i tabellen over har driftsmarginen for alle meieriselskapene samlet økt i perioden 2007-2011, og har i veid snitt ligget på 4,9 prosent. Dette er et høyere veid snitt sammenlignet med perioden 2004-2006 da driftsmarginen for selskapene samlet hadde et veid snitt på 1,9 prosent. Gjennomsnittlig veid driftsmargin i meieriindustrien i perioden 2007-2011 er også høyere enn for norsk matindustri i årene 2007-2010. Dersom vi kun ser på selskapene som får konkurranserettede tilskudd (Tine og Normilk trekkes ut), var driftsmarginen i veid snitt negativ på -4,4 prosent i perioden 2004-2006, mens i perioden 2007-2011 er snittet forbedret til 4,7 prosent. I 2009 og 2010 er driftsmarginen i hvert av disse meieriselskapene høyere enn tilsvarende nøkkeltall i norsk matindustri. For 2011 har vi ikke sammenlignbare tall for norsk matindustri.

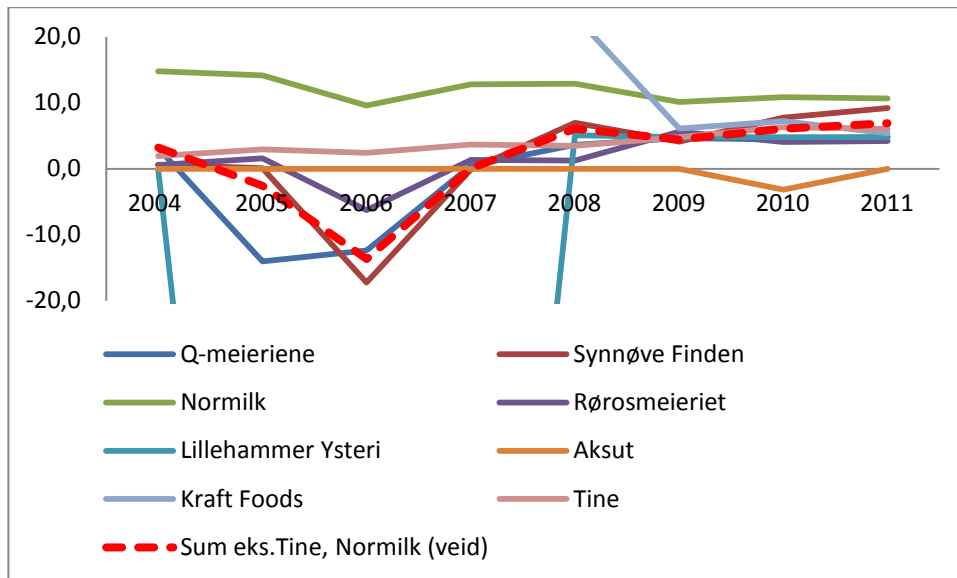
Etter 2007 har variansen i driftsmarginen gått betydelig ned, noe som betyr at det har blitt mindre spredning mellom aktørene i meieriindustrien. Tine har hatt en jevnt økende driftsmargin siden 2004. Tines driftsmargin, med et gjennomsnitt på 4,9 prosent i perioden 2007-2011, ligger omtrent på gjennomsnittet for norsk meieriindustri i samme periode. Normilk har nest høyest gjennomsnittlig driftsmargin av de analyserte meieriselskapene gjennom hele perioden 2004-2011, og har en driftsmargin på i overkant av 10 prosent for omtrent hele perioden. Normilk er en av få aktører som har lavere gjennomsnitt i 2007-2011 enn i perioden 2004-2006.

Kraft Foods har høyest gjennomsnittlig driftsmargin i perioden 2007-2011. Driftsmarginen var på over 20 prosent i 2007-2008, men i årene etter 2009 har den sunket til et nivå på rundt 5-7 prosent, noe som fortsatt er over gjennomsnittet for norsk matindustri og for meieriindustrien i perioden 2007-2011. Reduksjonen etter 2009 skyldes at kostnadsøkningen har vært større enn inntektsøkningen. I tillegg til Normilk, er det kun Kraft Foods som har en lavere gjennomsnittlig driftsmargin i perioden etter 2007 sammenlignet med perioden 2004-2006.

Synnøve Finden har hatt en varierende driftsmargin i løpet av hele perioden siden 2004. I årene 2004-2007 gikk driften tilnærmet i null, men i 2006 ble det tatt et større tap knyttet til nedskrivning av melkeprisfordring og avvilkingskostnader for meieriet i Namsos. Siden 2008 har trenden vært positiv, og driftsmarginen ligger i 2011 på i underkant av 10 prosent. Siden 2008 har Synnøve Finden hatt en driftsmargin over gjennomsnittet for norsk matindustri. Synnøve Finden har påpekt at driftsresultatet er påvirket av et redusert nivå på markedsføringskostnader i 2011. Dersom man korrigerer resultatet for dette, ville driftsmarginen vært lavere i 2011. SLF har valgt å basere vurderinger på driftsresultatet slik det fremkommer i regnskapet.

Q-meieriene og Rørosmeieriet har hatt en positiv utvikling i driftsmargin i perioden 2007-2011 med et snitt på henholdsvis 3,6 og 3,3 prosent. Dette er også en bedring sammenlignet med perioden 2004-2006, da driftsmarginen for de to selskapene viste et snitt på henholdsvis -7,8 og -1,4 prosent. Lillehammer Ysteri var i en særstilling med en betydelig negativ driftsmargin frem til 2007, noe som kan forklares av at meieriselskapet var i en oppstartsfase. I perioden 2008-2011 ser selskapet ut til å ha stabilisert seg med en margin på rundt 4,8 prosent.

Figuren nedenfor viser utviklingen i driftsmargin for alle meieriselskapene samt et samlet veid snitt for aktørene som mottar tilskudd.



Figur 19: Driftsmargin (prosent)

Etter SLFs vurdering viser offentlige regnskapstall for alle selskapene, med unntak av Normilk og Kraft Foods, at driftsmarginen i perioden 2007-2011 er høyere enn i perioden 2004-2006. Alle selskapene har hatt driftsmarginer som er høyere enn matindustriens driftsmargin på 4,0 prosent i årene 2009-2011 (gitt at 4,0 prosent er representativt for norsk matindustri også i 2011). I perioden 2007-2011 har Kraft Foods, Normilk og Synnøve Finden hatt høyere driftsmargin enn Tine.

Driftsmargin korrigert for konkurranserettete tiltak

SLF har for hvert år korrigert meieriselskapenes driftsresultater for de mottatte konkurranserettete tilskuddene og beregnet justerte nøkkeltall.

Både Q-meieriene og Synnøve Finden ville ha hatt lavere driftsmargin dersom den differensierte avgiften/tilskuddet på 12 øre per liter melk trekkes ut. I perioden 2007-2011 ville Q-meieriernes gjennomsnittlige driftsmargin gått ned fra 3,6 prosent til 2,6 prosent. Synnøve Findens gjennomsnittlige driftsmargin ville blitt redusert fra 5,6 prosent til 4,5 prosent. Uten tilskuddet ville Synnøve Finden i gjennomsnitt fremdeles hatt en driftsmargin over gjennomsnittet for norsk matindustri, mens Q-meieriene ville hatt en gjennomsnittlig driftsmargin som var lavere.

Tabellen nedenfor viser driftsmarginen per meieriselskap dersom alle de konkurranserettete tilskuddene hadde blitt trukket ut.

Tabell 52: Driftsmargin korrigert for konkurranserettete tiltak (prosent)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	snitt 04-06	snitt 07-11
Tine	1,9	2,9	2,4	3,7	3,5	4,8	6,3	6,1	2,4	4,9
Q-meieriene	-4,7	-20,9	-18,7	-9,1	-7,9	-6,1	-5,7	-4,1	-14,8	-6,6
Synnøve Finden	0,6	0,1	-17,3	-2,3	2,1	-0,2	3,5	5,7	-5,5	1,8
Normilk	14,8	14,1	9,6	12,8	12,9	10,1	10,8	10,6	12,8	11,5
Rørosmeieriet	0,6	1,6	-6,3	1,1	0,8	5,2	3,1	2,3	-1,4	2,5
Lillehammer Ysteri		-142,5	-123,5	-145,1	2,9	2,1	1,4	1,6	-133,0	-27,4
Aksut	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,2	0,0		
Kraft Foods	41,6	32,6	34,4	24,3	21,8	5,5	6,7	4,8	36,2	12,6
SUM (veid)	2,0	2,3	0,9	3,0	3,2	4,2	5,7	5,6	1,7	4,3
Sum eks. Tine, Normilk (veid)	0,9	-4,3	-16,1	-4,9	-1,3	-2,3	-0,5	1,0	-6,5	-1,6

Uten de konkurranserettete tilskuddene hadde den økonomiske situasjonen vært annerledes for selskapene som mottar tilskudd, og dette er mest tydelig for Q-meieriene, som uten tilskudd ville hatt negativ driftsmargin gjennom hele perioden. Q-meieriene har mottatt alle de konkurranserettete tilskuddene siden 2007, og har også mottatt ekstra distribusjonstillegg og spesiell kapitalgodtgjørelse siden 2004. Uten noen form for tilskudd ville Q-meieriene hatt underskudd på driften i samtlige av årene fra 2004 til 2011. Trenden er imidlertid positiv, noe som vil si at etter 2005 ville underskuddet på driften ha blitt gradvis lavere for hvert år. Dette kan forklares både av forbedret drift hvert år og at de årlige tilskuddene relativt sett utgjør en mindre andel av omsetningen siden 2009. I tabellen ovenfor har vi korrigert for alle de konkurranserettete tilskuddene, noe som innebærer fire ulike tilskudd for Q-meieriene. Dersom vi kun korrigerer for differensierte avgifter/tilskudd på 25 øre og 12 øre for Q-meieriene ville gjennomsnittlig driftsmargin ha vært på -7,8 prosent i perioden 2004-2006 og på 0,2 prosent i perioden 2007-2011.

Synnøve Findens driftsmargin ville vært variabel også uten de konkurranserettete tilskuddene som de har mottatt siden 2007. Justert for tilskudd ville Synnøve Finden hatt lavere driftsmargin, tidvis negativ driftsmargin, i perioden 2007-2011. I perioden 2010-2011 ville Synnøve Finden levert positive resultater til tross for bortfall av tilskudd, særlig i 2011 der lønnsomheten ville vært over gjennomsnittet for norsk matindustri i årene 2007-2010 også uten konkurranserettete tilskudd.

Rørosmeieriets driftsmargin ville også ha vært lavere uten det konkurranserettete tilskuddet de har mottatt siden 2007³². Selskapets driftsmargin uten tilskudd ville ha vært under gjennomsnittet for norsk matindustri hvert år med unntak av 2009. For Lillehammer Ysteri får nøkkeltallene store utslag, som kan forklares med at selskapet har vært i en oppstartsfase med store tap på driften. Kraft Foods' driftsmargin ville også blitt redusert, men ville alle de aktuelle årene vært høyere enn gjennomsnittet for norsk matindustri.

SLFs vurdering er at beregningene viser at de konkurranserettete tiltakene har hatt stor effekt på driftsmarginen i de meieriselskapene som har mottatt tilskudd. Uten tilskudd ville gjennomsnittlig veid driftsmargin for disse selskapene samlet vært negativ for perioden 2007-2011 sett under ett.

³² I tillegg mottok Rørosmeieriet andre typer konkurranserettete tilskudd i perioden 2004-2006 (jf. kapittel 2.3).

Driftsmarginen ville likevel vært mindre negativ i perioden 2007-2011 enn i årene 2004-2006. Den underliggende trenden er således positiv for perioden 2007-2011 sammenlignet med perioden 2004-2006.

Ser man på selskapene enkeltvis er trenden at uten tilskudd ville alle meieriselskaper som mottar konkurranserettede tiltak i PU hatt en gjennomsnittlig driftsmargin i perioden 2007-2011 betydelig lavere enn norsk matindustri generelt (unntak Kraft Foods). Fortsatt er det slik at driftsmarginene korrigert for disse tiltakene ville vært høyere i perioden 2007-2011 enn i perioden 2004-2006.

Meieridrift isolert

SLF har beregnet nøkkeltall for meieridrift isolert for de selskapene som har annen virksomhet i tillegg til meieridriften. Meieridriften utgjør mer enn 75-80 prosent av totalvirksomheten for alle de berørte selskapene, med unntak av Kraft Foods. Beregningene viser at driftsmarginene for meieridriften avviker fra marginene beregnet ut fra konserntall for noen av de analyserte selskapene. Trenden i utviklingen for de analyserte periodene blir ikke annerledes om man tar utgangspunkt i meieritall i stedet for konserntall, men dersom andelen av annen virksomhet øker og marginen på annen drift er forskjellig fra meieridriften, så vil denne forskjellen øke i fremtiden.

3.3.2 Styrket egenkapitalrentabilitet

I snitt for perioden 2007-2011 har samtlige meieriselskaper sett under ett ligget på nivå med egenkapitalrentabilitet i norsk matindustri i stort sett alle årene etter 2007. I årene 2007-2010 var egenkapitalrentabiliteten på henholdsvis 14,2 prosent, -12,9 prosent, 13,2 prosent og 16,2 prosent. For 2011 har vi ikke sammenlignbare tall for norsk matindustri³³. Gjennomsnittlig egenkapitalrentabilitet for den norske meieriindustrien (veid snitt) er på rundt 15 prosent i denne perioden. Når man ser bort fra Tine og Normilk har de andre aktørene³⁴ gått fra å ha en gjennomsnittlig negativ egenkapitalrentabilitet i perioden 2004-2006 til et snitt som er høyere enn for norsk matindustri i perioden etter 2007. Etter 2007 har variansen i egenkapitalrentabilitet gått betydelig ned, selv om det fortsatt er forskjeller mellom selskapene. I perioden 2007-2011 ligger Tine omtrent på snittet for meieriindustrien, mens alle de andre selskapene har egenkapitalrentabilitet høyere enn gjennomsnittet.

Tabellen nedenfor viser egenkapitalrentabilitet per selskap, samt i veid gjennomsnitt for alle meieriselskapene per år og i gjennomsnitt for periodene 2005-2006 og 2007-2011. I tillegg er det lagt til en rad der Tines og Normilks driftsmargin er trukket fra, for å se utviklingen blant de andre aktørene.

³³ Kilde: NILFs rapporter Mat og industri 2009-2012

³⁴ På grunn av manglende tallgrunnlag vil ikke Kraft Foods' egenkapitalrentabilitet bli analysert.

Tabell 53: Egenkapitalrentabilitet (prosent)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	snitt 05-06	snitt 07-11
Tine	7,5	8,6	11,5	8,7	15,0	18,8	18,0	8,1	14,4
Q-meieriene	-59,8	-209,7	-56,4	39,9	95,1	46,0	34,3	-134,7	31,8
Synnøve Finden	-7,3	-56,9	8,7	10,8	8,1	21,1	38,9	-32,1	17,5
Normilk	115,8	56,8	76,1	68,0	46,7	47,2	40,7	86,3	55,7
Rørosmeieriet	9,9	-172,4	15,1	12,3	34,9	18,1	24,7	-81,3	21,0
Lillehammer Ysteri	-7,1	-431,3	297,0	-7,7	4,6	4,5	3,7	-219,2	60,4
Aksut	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	245,5	0,0		
Kraft Foods	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
SUM (veid)	6,4	5,0	11,6	9,5	15,2	19,3	19,3	5,7	15,0
Sum eks. Tine, Normilk (veid)	-20,0	-73,5	4,9	14,2	15,0	23,4	32,8	-46,7	18,0

Samlet for alle meieriselskapene har rentabiliteten økt i perioden 2005-2011. I 2011 var rentabiliteten i sum for meieriselskapene på 19,3 (veid snitt), mens rentabiliteten for meieriselskaper som mottar konkurranserettede tilskudd var på 32,8.

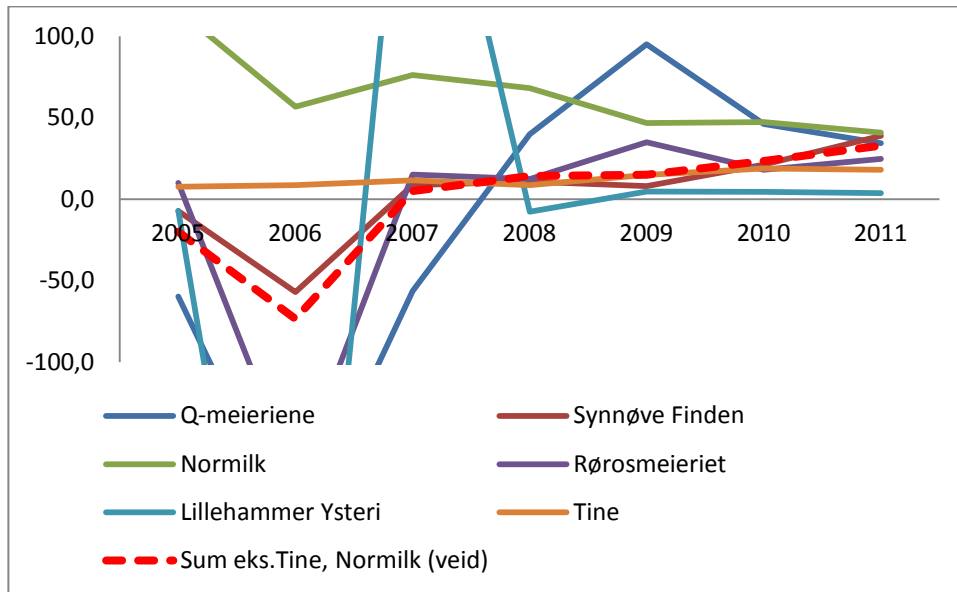
Tines egenkapitalrentabilitet har totalt sett økt etter 2007, med en liten nedgang i 2008 og 2011. Tines egenkapitalrentabilitet må anses som god i de senere år, særlig med tanke på at Tine er en etablert aktør med en relativt høy egenkapitalandel.

Q-meierienes egenkapitalrentabilitet har variert i perioden etter 2007, men har vært positiv hvert år siden 2008. Egenkapitalrentabiliteten har isolert sett vært høy i perioden 2008-2011, men dette må ses i sammenheng med en svært lav egenkapitalandel i årene 2006-2008. I et selskap der eierne har investert og som har hatt negativ egenkapitalrentabilitet i tidligere år forventes nok en relativt sett høyere egenkapitalrentabilitet i påfølgende år.

Synnøve Finden har hatt positiv egenkapitalrentabilitet i perioden 2007-2011, og den har vært økende hvert år med unntak av i 2009. De senere år må Synnøve Findens egenkapitalrentabilitet vurderes som god, med 21,1 prosent i 2010 og 38,9 prosent i 2011.

Normilks egenkapitalrentabilitet er svært høy, med et snitt på 55,7 prosent i perioden 2007-2011, særlig med tanke på at egenkapitalandelen er høyere enn for alle de andre selskapene. Rørosmeieriet har også hatt en positiv, men varierende egenkapitalrentabilitet i samme periode, og ligger i snitt over gjennomsnittet for norsk matindustri og for norsk meieriindustri (2007-2011). Egenkapitalrentabiliteten til Rørosmeieriet vurderes som god i årene 2009-2011 med en tilhørende tilfredsstillende egenkapitalandel. Til tross for at Lillehammer Ysteri har hatt en relativt stabil driftsmargin fra 2008 er egenkapitalrentabiliteten til selskapet på et lavt nivå. En årsak til dette kan være at Lillehammer Ysteri eies av et konsern og at selskapet har vært i en oppstartsfase.

Figuren nedenfor viser utviklingen i egenkapitalrentabiliteten for alle meieriselskapene samt et samlet veid snitt for aktørene som mottar tilskudd.



Figur 20: Egenkapitalrentabilitet (prosent)

SLF vurderer det slik at det har vært en forbedring av egenkapitalrentabiliteten i norsk meieriindustri i perioden 2007-2011 sammenlignet med perioden 2004-2006 (unntaket er Normilk). I 2010 og 2011 har alle selskaper, med unntak av Lillehammer Ysteri, egenkapitalrentabilitet over gjennomsnittet for norsk matindustri i 2010 (for 2011 har vi ikke sammenlignbare tall). For de tilskuddsberettigede selskapene ser vi en endring fra negativ til positiv egenkapitalrentabilitet i 2007-2008 (unntak Lillehammer Ysteri).

Ser vi på utviklingen innenfor selskapenes totalrentabilitet i perioden 2004-2006 og perioden 2007-2011 understøtter dette i stor grad utviklingen i egenkapitalrentabilitet, med unntak for Lillehammer Ysteri og Normilk.

Egenkapitalrentabilitet korrigert for konkurranserettede tiltak

SLF har for hvert år beregnet justerte egenkapitalrentabiliteter ved å korrigere for differensiert avgift/tilskudd på 12 øre per liter melk i perioden 2007-2011 for de berørte meieriselskapene i prisutjevningsordningen. Uten dette tiltaket ville Q-meieriene hatt negativ gjennomsnittlig egenkapitalrentabilitet til og med 2008. Synnøve Findens egenkapitalrentabilitet ville også vært lavere uten dette tiltaket til og med 2010.

Tabellen nedenfor viser hvordan egenkapitalrentabiliteten ville ha vært for selskapene dersom alle de konkurranserettede tilskuddene hadde blitt trukket ut.

Tabell 54: Egenkapitalrentabilitet korrigert for konkurranserettede tiltak (prosent)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	snitt 04-06	snitt 07-11
Tine	7,5	8,6	11,5	8,7	15,0	18,8	18,0	8,1	14,4
Q-meieriene	-96,0	-324,6	-622,5	-816,3	-277,0	-119,6	-61,5	-210,3	-379,4
Synnøve Finden	-7,3	-56,9	0,3	-3,0	-7,8	3,1	23,9	-32,1	3,3
Normilk	115,8	56,8	76,1	68,0	46,7	47,2	40,7	86,3	55,7
Rørosmeieriet	9,9	-172,4	7,7	4,4	30,5	12,0	9,6	-81,3	12,9
Lillehammer Ysteri	-7,1	-431,3	299,6	-26,2	-0,2	0,2	0,4	-219,2	54,8
SUM (veid)	5,6	4,2	9,9	6,8	12,6	16,8	17,0	4,9	12,6
Sum eks. Tine, Normilk (veid)	-32,6	-90,2	-29,2	-23,7	-25,2	-16,3	0,6	-61,4	-18,7

Korrigert for konkurranserettede tiltak er gjennomsnittlig veid egenkapitalrentabilitet samlet for alle meieriselskapene som har mottatt tilskudd 36,7 prosentpoeng lavere enn beregnet ut fra offentlige regnskapstall i perioden 2007-2011, som følge av et høyt negativt snittall for Q-meieriene. I tillegg ville det veide snittet for alle selskaper utenom Tine og Normilk vært negativ i hele perioden 2004-2011 (unntak 2011).

Egenkapitalrentabiliteten for Q-meieriene ville ha vært negativ uten de konkurranserettede tilskuddene meieriselskapet har mottatt. I perioden 2005-2010 ville Q-meieriene årlig tapt hele sin egenkapital. Synnøve Finden ville også hatt lavere egenkapitalrentabilitet uten tilskuddene de har mottatt, og i 2008-2009 ville egenkapitalrentabiliteten ha vært negativ. I 2011 ville egenkapitalrentabiliteten vært god til tross for at tilskuddet på 12 øre falt bort fra 01.07.2011. I 2011 ville Synnøve Finden uten tilskudd ha hatt en egenkapitalrentabilitet på 23,9 prosent, noe som er over gjennomsnittet for matindustrien i årene 2007-2010. Her vises igjen til selskapets innspill vedrørende markedsføringskostnader og driftsresultat i 2011.

Rørosmeieriets egenkapitalrentabilitet ville også vært lavere uten tilskudd i perioden etter 2007. For Lillehammer Ysteri ser vi igjen store utslag på nøkkeltallene, med en egenkapitalrentabilitet korrigert for mottatte tilskudd på rundt null fra 2009.

Ser vi på utviklingen innenfor selskapenes totalrentabilitet i perioden 2004-2006 og perioden 2007-2011 korrigert for konkurranserettede tilskudd understøtter også dette i stor grad utviklingen i egenkapitalrentabilitet, med unntak for Lillehammer Ysteri og Normilk.

Meieridrift isolert

Ved å isolere meieridrift for selskaper som også har annen drift, får vi egenkapitalrentabiliteten for kun meieridriften. Som for driftsmarginen er det forskjeller i egenkapitalrentabilitet beregnet på konserntall og for meierivirksomheten isolert. Generelt kan det bemerkes at beregningene som er gjort for meieridrift når man ser på veid snitt for alle selskaper utenom Tine og Normilk viser samme retning som beregningene for konsern totalt, når en sammenligner perioden 2004-2006 med perioden 2007-2011. Det vises for øvrig til kommentarene knyttet til driftsmargin om at dersom andelen meieridrift blir redusert hos selskapene, vil forskjellene i nøkkeltall for konsern og for meieridrift kunne øke i fremtiden.

3.3.3 Lavt likviditetsbehov

I norsk matindustri var gjennomsnittlig likviditetsgrad 1 i årene 2007-2010 på henholdsvis 1,5, 1,2, 1,4 og 1,2³⁵. De fleste meieriselskapene ligger litt under dette.³⁶ Unntakene er Normilk samt Rørosmeieriet siden 2009. De fleste meieriselskapene har likviditetsgrader som ligger litt under læreboknivå.

Likviditetsgrader gir ikke fullstendig informasjon om likviditetssituasjonen for den enkelte bedrift. Man trenger mer informasjon for å kunne si noe konkret om likviditet på aktørnivå. Etter SLFs vurdering viser tallmaterialet at det kan tyde på at risikoen er lavere i meieriindustrien enn forutsatt i beregningene bak de generelle målene for likviditet. Det samme gjelder for norsk matindustri.

3.3.4 Varierende egenkapitalandeler

For dette nøkkeltallet ser vi en motsatt trend enn for de andre nøkkeltallene, for i gjennomsnitt (veid) har egenkapitalandelen for hele meieriindustrien vært høyere i perioden 2004-2006 enn perioden 2007-2011. Tallene er oppsummert i tabell 55. Nedgangen er imidlertid ikke så stor. Ser vi på enkeltelskaper er det Tine og Q-meieriene som i gjennomsnitt har lavere egenkapitalandel i perioden etter 2007, mens de andre selskapene³⁷ har økt sin gjennomsnittlige egenkapital sammenlignet med perioden 2004-2006. I perioden etter 2007 er gjennomsnittet i meieriindustrien (veid) en egenkapitalandel på 44,3 prosent, som er omtrent på nivå med norsk matindustri som var på 42,3 prosent i 2008, 44,4 prosent i 2009 og 46,1 prosent i 2010. I 2007 var snittet i norsk matindustri 52,2 prosent³⁸.

Tabellen nedenfor viser egenkapitalandelen per selskap, samt i veid gjennomsnitt for alle meieriselskapene per år og for periodene 2004-2006 og 2007-2011. I tillegg er det lagt til en rad der Tines og Normilks er trukket fra, for å se utviklingen blant de andre aktørene.

Tabell 55: Egenkapitalandel (prosent)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	snitt 04-06	snitt 07-11
Tine	51,6	47,7	52,3	49,4	45,3	47,0	45,0	41,3	50,5	45,6
Q-meieriene	49,6	14,1	4,1	2,6	4,0	12,0	22,1	30,5	22,6	14,2
Synnøve Finden	18,3	27,7	17,9	43,3	48,2	29,7	39,0	31,0	21,3	38,3
Normilk	21,0	37,2	43,9	52,9	55,9	62,7	65,7	66,7	34,0	60,8
Rørosmeieriet	16,9	19,3	1,6	19,9	25,4	51,0	52,6	48,9	12,6	39,6

³⁵ Kilde: NILFs rapporter Mat og industri 2009-2012. Vi har hentet tall fra rapportene år for år. Noen tall er korrigert i senere utgaver.

³⁶ På grunn av manglende tallgrunnlag vil ikke Kraft Foods' likviditet bli analysert.

³⁷ På grunn av manglende tallgrunnlag vil ikke Kraft Foods' egenkapitalandel bli analysert.

³⁸ Kilde: NILFs rapporter Mat og industri 2009-2012. Vi har hentet tall fra rapportene år for år. Noen tall er korrigert i senere utgaver.

Lillehammer Ysteri	80,4	28,6	-8,1	-20,9	36,7	57,4	60,4	62,7	33,6	39,3
Aksut	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-7,6	0,0		
Kraft Foods	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
SUM (veid)	49,2	44,9	47,4	47,4	44,4	45,1	44,0	40,7	47,2	44,3
Sum eks.Tine, Normilk (veid)	29,3	23,4	13,5	29,5	34,8	26,1	33,1	32,2	22,1	31,1

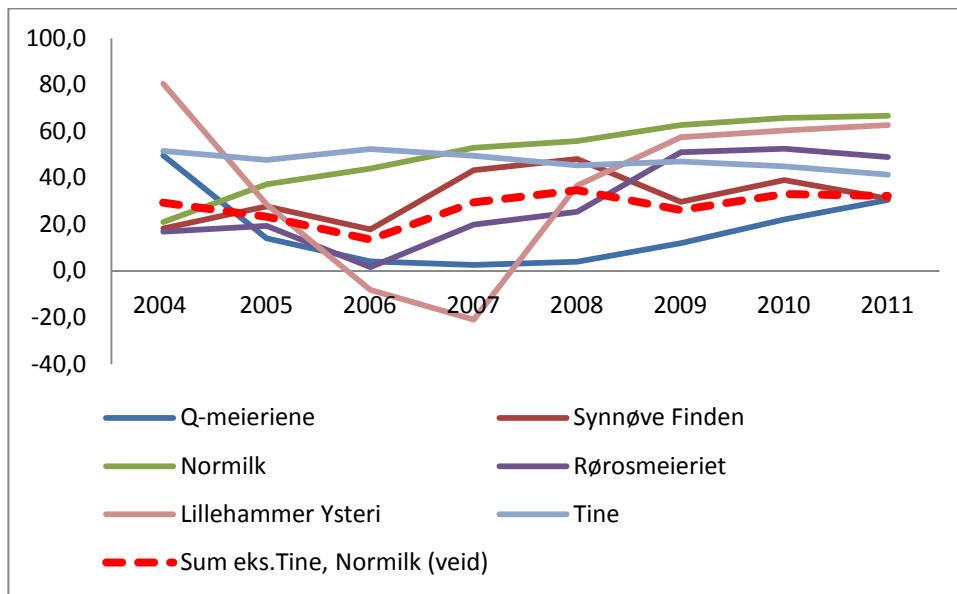
Samlet for meieriselskapene har egenkapitalen gått noe ned i perioden 2004-2011, mens den for meieriselskaper som mottar konkurranserettede tilskudd har gått noe opp. Gjennom hele perioden har det vært varierende egenkapitalandeler, også i perioden etter 2007.

Tines egenkapitalandel har gjennom hele perioden 2004-2011 vært på et relativt høyt nivå på mellom 40 og i overkant av 50 prosent. Egenkapitalandelen har imidlertid blitt redusert noe de senere årene, men samtidig har vi sett at Tine leverer overskudd på driften og at totalkapitalen øker. Tine har høyest egenkapitalandel av meieriselskapene i perioden 2004-2006, mens i 2007-2011 har Normilk høyere egenkapitalandel enn Tine.

For Q-meieriene var det en reduksjon i egenkapitalen i perioden 2005-2007, og uten kapitaltilførsel ville selskapet hatt negativ egenkapital i denne perioden. Fra 2008 har egenkapitalandelen steget hvert år, og er på 30,5 prosent i 2011, men er under gjennomsnittet i norsk matindustri og meieriindustrien (2007-2011). Deler av gjelden er til konsern. Synnøve Finden har høyere egenkapital i perioden 2007-2011 enn perioden 2004-2006. De senere år har både egenkapitalandelen og egenkapitalen i absolutte termer økt, samtidig som Synnøve Finden har hatt overskudd på driften og økning i totalkapital.

Egenkapitalandelen i Normilk er høy, og øker hvert år gjennom perioden. Fra 2009 har Normilk over 60 prosent egenkapitalandel, og skiller seg dermed ut i forhold til de andre selskapene. Rørosmeieriet har i de senere år, 2009-2011, hatt en sterk egenkapitalandel på rundt 50 prosent av totalkapitalen. Tidligere i perioden så det imidlertid annerledes ut, og i 2006 tapte selskapet hele egenkapitalen og må følgelig ha vært avhengig av tilførsel av kapital for videre drift. Lillehammer Ysteri hadde negativ egenkapitalandel i 2006-2007, men fra 2008 har tallene vært positive og økende. Egenkapitalandelen har nå stabilisert seg, og andel på over 60 prosent i 2010-2011 må anses som høyt. Dette må ses i sammenheng med en relativt sett høyere risiko for selskap i etableringsfasen.

Figuren nedenfor viser utviklingen i egenkapitalandelen for alle meieriselskapene samt et samlet veid snitt for aktørene som mottar tilskudd.



Figur 21: Egenkapitalandel (prosent)

Egenkapitalandel påvirkes ikke direkte av å korrigere for de konkurranserettede tiltakene. Etter SLFs vurdering vil imidlertid konkurranserettede tiltak påvirke selskapets årsresultat og dermed også muligheten til å avsette deler av dette overskuddet til for eksempel oppbygging av egenkapital.

3.3.5 Positive kontantstrømmer

Vi har vurdert kontantstrømmen til de tre største meieriselskapene; Tine, Q-meieriene og Synnøve Finden. Følgende tre deler av selskapenes kontantstrøm blir vurdert: kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter, kontantstrøm til investeringsaktiviteter og kontantstrøm til/fra finansieringsaktiviteter. For hvert selskap har vi analysert kontantstrøm i perioden 2004-2011.

Tine

Tallene i Tines kontantstrøm er vist i tabell 28. Tines netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter er positiv alle årene, og har hatt en særlig positiv utvikling etter 2008. Kontantstrømmen er høyere enn årsresultatet hvert år i perioden, noe som anses som positivt for et selskap. Den høye kontantstrømmen fra driften bidrar positivt til likviditetssituasjonen i virksomheten og gjør det mulig å reinvestere i anleggsmidler.

Tines netto kontantstrøm til investeringsaktiviteter øker fra 2007. Dette er hovedsakelig knyttet til investeringer i varige driftsmidler. Tines netto kontantstrøm til/fra finansieringsaktiviteter har variert mye mellom tilførsel og utbetaling i hele perioden. Hovedsakelig kan dette forklares med økning/reduksjon av gjeld og kommer til uttrykk gjennom en lavere egenkapitalandel de to siste årene.

Q-meieriene

Tallene i Q-meierienes kontantstrøm er vist i tabell 32. Q-meierienes netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter har utviklet seg positivt fra 2007. De seneste årene har den vært høyere enn årsresultatet, noe som må anses som positivt. Netto kontantstrøm til investeringer har vært svakt økende i perioden etter 2007, og generelt har det vært økning i investeringer i denne perioden. I 2011

representerte kjøp av anleggsmidler en økning i varige driftsmidler på vel 30 prosent, noe som viser at Q-meieriene bruker en jevnt økende del av opptjent overskudd på investeringer. Netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter har gått ned de siste årene, med negative tall siden 2008, og kan forklares med at selskapet bygger opp egenkapitalen og nedbetaler gjeld. Totalt har Q-meierienes kontantstrøm hatt en positiv utvikling i perioden etter 2007.

Synnøve Finden

Tallene i Synnøve Findens kontantstrøm er vist i tabell 36. Netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter er høyere enn årsresultatet siden 2008. Det har som for de andre selskapene vært en positiv utvikling etter 2007. Synnøve Findens investeringer er mindre enn avskrivningene i de senere årene av perioden. Når det gjelder finansieringsaktivitetene har de variert fra år til år etter 2007. Totalt har Synnøve Finden hatt en positiv kontantstrømsutvikling i perioden etter 2007.

3.3.6 Bedret økonomi i meieriindustrien

Etter SLFs vurdering viser de økonomiske nøkkeltallene at det jevnt over har vært en positiv utvikling i den økonomiske situasjonen i norsk meieriindustri siden 2007. Variansen mellom selskapenes driftsmargin, egenkapitalrentabilitet og totalrentabilitet er redusert. Dette indikerer en mer stabil utvikling etter innføring av konkurranserettede tiltak i 2007.

For flere av nøkkeltallene er det et markant skille mellom perioden 2004-2006 og perioden fra 2007 og frem til 2011. Ved å korrigere for de konkurranserettede tilskuddene vurderer SLF tallmaterialet slik at utviklingen ikke ville ha vært på samme nivå. Q-meieriene og Lillehammer Ysteri vurderes å ha vært avhengig av tilskuddene for å få positive resultater. For Synnøve Finden er det også et tydelig skille mellom perioden før og etter 2007 og tilskuddet har bidratt positivt til de økonomiske resultatene. For Kraft Foods har vi bare vurdert utviklingen i driftsmarginen med og uten tilskudd, noe som gir et svakere grunnlag for å si noe om utviklingen i selskapet. Utviklingen i driftsmarginen for Kraft Foods har imidlertid vært avtagende, men positiv og over snittet i matindustrien også i perioden etter 2007.

Tine og Normilk har ikke mottatt konkurranserettede tilskudd. Tine leverer gode økonomiske resultater og har forbedret lønnsomheten i perioden. Forklaringer på dette kan være både bedre markedsforhold og bedret drift. Normilk skiller seg ut i forhold til de andre utfordrerselskapene med gode økonomiske resultater gjennom hele perioden.

3.4 Vurdering av tiltaket med differensierte avgifter/tilskudd (25-øring)

3.4.1 Vurdering av effekten av det konkurransepolitiske tiltaket

Bakgrunnen for innføringen av differensierte avgifter og tilskudd for uavhengige aktører i 2007 var at myndighetene ønsket å legge til rette for høyere foredlingsmarginer i meieriindustrien, fordi de mente det ville gi økt økonomisk slagkraft for disse aktørene og dermed større konkurranse, jf. avsnitt 2.3.1.

I perioden fra 2007 til 2011 er markedet for meieriprodukter økt både i volum og verdi. Importen har imidlertid tatt sin del av økningen, spesielt på ost og yoghurt. Det er en reduksjon i anvendelse av norsk melk til produksjon av meieriprodukter fra 1 552,9 mill. liter i 2007 til 1489,2 mill. liter i 2011. Når det gjelder anvendelsen i PU skjer det en gradvis utvikling hvor de uavhengige aktørene øker sine andeler, mens Tine taper andeler. Det innebærer at de uavhengige aktørene har styrket sin posisjon i

markedet i forhold til Tine i perioden. Det indikerer økt konkurranse og at en i perioden har beveget seg i riktig retning. Samtidig ser en at importen også bidrar til økt konkurranse.

De økonomiske nøkkeltallene viser at økonomien hos de uavhengige selskapene som mottar tilskudd har utviklet seg positivt siden 2007, jf. avsnitt 3.3.6. Alle selskaper har i perioden forbedret sin økonomiske situasjon, og de fleste har et markant skift i 2007. Vurderingen av selskapene konkluderer med at Q-meieriene har vært avhengig av de konkurranserettede tilskuddene for å oppnå positive resultater og styrking av sin posisjon som utfordrer til Tine. Også Rørosmeieriet og Lillehammer Ysteri har vært avhengig av tilskuddene. Synnøve Finden og Kraft Foods har ikke vært avhengig av tilskuddene for å oppnå positive resultater, men tilskuddene har bidratt til å bedre selskapenes økonomiske resultater. Tilskuddene har bidratt til at selskapene har kunnet stabilisere seg i markedet og vokse. I dag har de fleste selskapene en god økonomi relativt sett, på linje med matindustrien i Norge for øvrig. En ser også økte investeringer hos flere av selskapene etter 2007.

SLF har vurdert hva driftsmargin ville ha vært dersom en trekker ut differensierte avgifter/tilskudd (25 øring + 12 øring). Selskaper som er omfattet av disse tiltakene ville hatt en forbedring av gjennomsnittlig driftsmargin for perioden 2007-2011 sammenlignet med perioden 2004-2006, selv om avgifter/tilskudd er trukket ut. I den første perioden hadde de fleste selskapene en negativ gjennomsnittlig driftsmargin, mens den gjennomsnittlige driftsmarginen for perioden 2007-2011 korrigert for differensierte avgifter/tilskudd ville vært positiv for alle selskaper med unntak av Lillehammer Ysteri. Q-meieriene ville hatt en gjennomsnittlig driftsmargin, korrigert for differensierte avgifter/tilskudd på 0,2 i perioden 2007-2011, mens tilsvarende gjennomsnittlig driftsmargin for Synnøve Finden ville vært 1,8. Det viser at selskapene ville ha oppnådd en positiv driftsmargin også uten disse tiltakene. Driftsmarginene korrigert for differensierte avgifter/tilskudd er imidlertid lave, vesentlig under norsk matindustri for øvrig.

SLF mener derfor tiltaket har bidratt til økt konkurranse ved at de norske utfordrerne til Tine har fått større andeler av melkeanvendelsen, samtidig som de har forbedret sine økonomiske resultater i perioden. SLF mener dermed at tiltaket med differensierte avgifter og tilskudd har bidratt til en utvikling i ønsket retning i forhold til intensjonene med innføringen av tiltaket.

Selv om utviklingen viser at utfordrerne nå bearbeider en større andel av den norske melkeproduksjonen, opplever enkelte aktører at de mister markedsandeler på egne merkevarer. Tine har i perioden også hatt en positiv utvikling, hvor de satser på produktutvikling og markedsføring. Samtidig har importen bidratt til økt konkurranse. Kjedenes økte satsing på egne merkevarer oppleves i tillegg som en utfordring, spesielt i ostemarkedet. Kjedenes egne merkevarer er ofte billigvarianter som utøver prispress på industriens merkevarer. Det oppleves derfor som utfordrende å videreutvikle merkevarene, spesielt for den som ikke er markedsleder.

SLF mener analysene viser at det er nødvendig med differensierte avgifter/tilskudd for Q-meieriene og Lillehammer Ysteri. Selv om Synnøve Finden og Rørosmeieriet ikke har vært avhengig av tiltaket for å oppnå driftsoverskudd, mener SLF likevel det kan være riktig å videreføre tiltaket for virksomheten. Begrunnelsen for dette er at driftsmargin korrigert for differensierte avgifter/tilskudd er lave og SLF vurderer det derfor som nødvendig fortsatt å styrke økonomien i selskapet slik at utfordrerposisjonen kan utvikles ytterligere. I tillegg opplever de at de mister markedsandeler for sin egen merkevare. Et annet moment er at dersom en isolerer meieridrift-relatert driftsmargin og egenkapitalrentabilitet fra total driftsmargin og total egenkapitalrentabilitet, ser en at meieridriften hos Synnøve Finden leverer lavere resultater enn annen virksomhet.

De aktørene som ikke mottar tilskudd, Tine SA og Normilk, har også klart seg bra i perioden fra 2007 til 2011. Begge selskaper kan vise til gode økonomiske resultater.

SLF konkluderer derfor med at tiltaket har virket etter forutsetningene.

3.4.2 Vurdering av behov for endringer i tiltaket

På hvilket nivå bør differensierte avgifter/tilskudd være?

Det økonomiske utgangspunktet til selskapene som mottar differensierte avgifter/tilskudd er bedre i dag enn det var da ordningen ble etablert i 2007. De fleste selskapene kunne i 2011 levere positive resultater uten tilskudd, mens underskudd preget økonomien til flere av selskapene før 2007. Med dagens nivå på tiltaket kan de fleste selskapene vise til driftsmarginer som er høyere enn matindustrien i Norge generelt. Det kan etter SLFs vurdering tale for at tiltaket gradvis kan reduseres for eksempel i takt med at utfordrerselskapene tar ytterligere markedsandeler og/eller at de økonomiske resultatene for disse selskapene blir ytterligere forbedret.

SLF har foretatt en sensitivitetsanalyse og sett på effektene av å redusere tiltaket fra kr 0,25 per liter til kr 0,15 per liter. Gitt uendrede forutsetninger for øvrig ville et nivå på 15 øre per liter, innebære en gjennomsnittlig driftsmargin i perioden 2007 til 2011 på 1,7 prosent for Q-meieriene og 3,4 prosent for Synnøve Finden, mens et samlet veid snitt for de aktørene som er omfattet av ordningen ville vært på 2,7 prosent. Dette er ca 1 prosentpoeng lavere enn beregninger med basis i 25 øre per liter og hvor midlertidig korreksjon er tatt ut. Gitt uendrede forutsetninger for øvrig ville dermed gjennomsnittlig driftsmargin i perioden 2007-2011 vært 1,3 prosentpoeng under matindustrien. Effekten av å redusere nivået på tiltaket til kr 0,15 per liter, vil kunne bli reduserte driftsmarginer for utfordrerne. Det vil kunne få betydning for den samlede økonomiske situasjonen til disse aktørene og deres evne til investeringer og ytterligere ekspansjon.

Selv om utviklingen i konkurransen har gått i riktig retning etter 2007, kan en stille spørsmål ved om den har kommet langt nok i forhold til målsettingene i 2007. I 2011 har Tine 80,6 prosent av melkeanvendelsen mot 84,3 prosent i 2007, mens de øvrige aktørene har 19,4 prosent av melkeanvendelsen i 2011. Foreløpige tall til og med september 2012 viser at denne trenden fortsetter også i 2012. I forbindelse med innføringen av tiltakene i 2007 ble det ikke definert konkrete mål om hvor en ønsket å komme. SLF legger i de videre vurderingene til grunn å videreføre samme utvikling som en har hatt i perioden fra 2007 til og med 2011.

Dersom en forutsetter at dimensjoneringen av tiltaket skal ha samme verdi i 2012 som det hadde da det ble innført i 2007, kan det innebære en justering knyttet til en indeks for kostnadsutvikling eller inflasjon. SLF har ikke utredet hvilken indeks som er mest aktuell, men hvis en legger konsumprisindeksen til grunn vil økningen bli på 2 øre per liter. Det innebærer en økning av tiltaket til kr 0,27 per liter.

SLF har foretatt beregninger på effekten av en økning av satsen med 2 øre per liter med utgangspunkt i anvendt volum i 2011. Beregningene viser at en økt sats på 2 øre per liter ville medført en økt utbetaling til dette tiltaket på 4,4 mill. kroner i 2011, total utbetaling med en sats på 27 øre per liter ville vært 59,8 mill. kroner i 2011.

SLF har videre gjort beregninger fremover i tid. I beregningene har vi lagt til grunn samme volumutvikling for de neste fem år som for perioden fra 2007 til 2011. Fra 2007 til 2011 økte volum anvendt av meieriselskap utenom Tine (med unntak av Normilk) med 133,8 mill. liter. Det innebærer en årlig vekst på 33,4 mill. liter. Fortsetter denne utviklingen vil disse aktørene anvende ca 167 mill. liter mer melk i 2016 enn i 2011, dvs. totalt 388,7 mill. liter. Med dagens nivå på tiltaket, justert for konsumprisindeksen, vil dette innebære at verdien av differensieringen øker med 49,5 mill. kr til 104,9 mill. kr i 2016.

SLF har også foretatt en sensitivitetsanalyse oppover og sett på effektene av å styrke tiltaket med kr 0,10 per liter til kr 0,35 per liter. Gitt uendrede forutsetninger for øvrig ville et nivå på 35 øre per liter innebære at veid gjennomsnittlig driftsmargin for de selskapene som er omfattet av ordningen ville vært på 4,7 prosent i perioden 2007 til 2011. Dette er om lag et prosentpoeng høyere enn beregninger med basis i 25 øre per liter og hvor midlertidig korreksjon er tatt ut. Det er også 0,7 prosentpoeng høyere enn norsk matindustri i 2010. En slik styrking av tiltaket vil kunne innebære en ytterligere styrking av økonomien til utfordrerne. Det kan medføre økte investeringer og driftsmarginer, avhengig av hvilken strategi selskapene velger. Dette kan gi selskapene økte muligheter for ekspansjon og ytterligere styrking av sin posisjon i markedet. Det kan også innebære økt utbetaling av utbytte til eierne på bekostning av investeringer i selskapene. I tillegg kan det åpne for at nye aktører ønsker å etablere seg med meierivirksomhet. En kan også forvente at utfordrerne vil kunne få en langt raskere utvikling i markedsandeler enn det vi har sett i perioden fra 2007 til 2011. Utbetalingene til tiltaket vil dermed kunne øke betydelig både som følge av økt volum og som følge av økt sats.

Gitt forutsetningene i mandatet legger SLF i de videre vurderingene til grunn å videreføre samme utvikling som en har hatt i perioden 2007-2011. SLF konkluderer ut fra dette med at en bør videreføre dimensjoneringen fra 2007, for eksempel ved en indeksjustering av tiltaket med 2 øre per liter til 27 øre per liter.

3.5 Vurdering av særskilt distribusjonstilskudd for Q-meieriene AS

3.5.1 Vurdering av effekten av det konkurransepolitiske tiltaket

Hovedprinsippet i prisutjevningsordningen når det gjelder distribusjon er at det ikke skal gis støtte til distribusjon fra meieri. I 2008 ble således ordningen med støtte til distribusjon av konsummilk fra meieri til butikk avvirket. Det er nå kun enkelte spesialordninger igjen, som distribusjonstilskudd for flytende melkeprodukter i dagligvaremarkedet i Nord-Norge og for produksjon og distribusjon av konsummilk til barnehager, barne- og ungdomsskoler og videregående skoler, foruten det særskilte distribusjonstilskuddet til Q-meieriene.

Bakgrunnen for at det i 2004 ble innført et tilskudd til Q-meieriene for distribusjon av flytende melkeprodukter var at Q-meieriene etablerte seg i en periode hvor det ikke var aktuelt å slutte seg til Landbrukets ferskvaredistribusjon (LFD), og selskapet måtte derfor etablere sin egen distribusjon. Fra 2004 var LFD åpen for nye aktører, men siden Q-meieriene allerede hadde etablert egen distribusjon mente departementet at de på kort sikt ikke hadde egnede alternativer. Dette tilskuddet er derfor forbeholdt Q-meieriene. I 2007 hadde Q-meieriene gått over til å kjøpe distribusjonstjenester gjennom kjedene og hadde ikke lenger egen distribusjon. Forholdene knyttet til denne forutsetningen har derfor endret seg siden oppstarten i 2004, men fortsatt er tilskuddet rettet inn mot Q-meieriene.

Et annet viktig prinsipp for dette tiltaket er at det kun gjelder for distribusjon av Q-meierienes flytende melkeprodukter. Tine har ikke ubegrenset forsyningsplikt av melk til flytende melkeprodukter. Dette innebærer at meieriselskap som produserer flytende melkeprodukter i et visst omfang er avhengig av egne produsenter, og har dermed en lokalisering som muliggjør dette. I tillegg er det forskjellig distribusjonsopplegg for flytende og faste melkeprodukter. For faste melkeprodukter bruker alle aktørene hovedsakelig grossistdistribusjon. Et annet viktig poeng er at distribusjonskostnadene utgjør en større andel av varekostnaden for flytende melkeprodukter enn for faste, jf. avsnitt 2.6. SLF ser derfor ikke at det er grunnlag for å foreslå endringer i dette prinsippet.

Innsamling av opplysninger om distribusjonskostnader for flytende melkeprodukter hos Tine, Q-meieriene og Rørosmeieriet viser at det fortsatt er stordriftsfordeler i distribusjon og at Q-meieriene og

Rørosmeieriet har høyere distribusjonskostnader per liter enn Tine for flytende melkeprodukter. Kostnadene er ikke helt sammenlignbare siden Q-meieriene oppgir kostnaden fra produksjonsmeieri til butikk, mens Tine oppgir kostnaden fra sine salgsterminaler til butikk. Tine har dermed utelatt kostnaden ved transport fra produksjonsmeieri til salgsterminal, men de fleste av Tines salgsterminaler er på samme sted som produksjonsmeieri.

I perioden fra 2007 til 2011 har Q-meieriene vokst og effektivisert distribusjonen. Deres distribusjonskostnader per enhet er derfor tilnærmet uendret i perioden, men gikk noe opp i 2011. Tines distribusjonskostnader per enhet har derimot økt mer enn generell økning i transportkostnadene skulle tilsi. Det skyldes i hovedsak redusert distribusjon av andre produkter enn melk, men i 2011 kan reduksjon i melkevolumet også forklare noe av endringen. Det innebærer at kostnadsforskjellen mellom Tine og Q-meieriene er mindre i 2011 enn i 2007.

Q-meieriene er fortsatt små i forhold til Tine og har fortsatt vesentlig høyere distribusjonskostnader per liter enn Tine. SLF mener tallmaterialet viser at tiltaket har virket etter intensjonen.

3.5.2 Vurdering av behov for endringer i tiltaket

På hvilket nivå bør distribusjonstilskuddet være?

SLFs beregninger av kostnadsforskjeller mellom Tine og Q-meieriene tilsier at det ikke er grunnlag for å øke tilskuddet. Tvert imot mener SLF det er grunnlag for å redusere tilskuddsatsen med i størrelsesorden 10 – 15 øre per liter.

Departementet la til grunn beregninger av distribusjonskostnader foretatt av NILF, da tilskuddet ble etablert i 2004. Det ble gjort en skjønsmessig fastsettelse av satsene, hvor det ble lagt vekt på at satsene ikke skulle gi 100 prosent kostnadsdekning for på denne måten å gi et incitament til kostnadseffektiv distribusjon. SLF forutsetter at denne føringen fortsatt skal legges til grunn.

Q-meieriene argumenterer med at Tine har sine ferskmelkanlegg nær markedet og at Q-meieriene har sine to anlegg langt unna de største markedene. De mener derfor at de minst må ha et distribusjonstillegg på linje med dagens nivå om selskapets ferskvaredele skal ha livets rett. Utviklingen i distribusjonskostnadene hos Tine og Q-meieriene viser imidlertid at kostnadsulempen til Q-meieriene er blitt mindre siden 2007.

Distribusjonsvolumet innenfor ordningen har i perioden fra 2007 til 2011 økt med 11,3 mill. liter, dvs en gjennomsnittlig årlig økning på 2,8 mill. liter. Dersom en forutsetter at denne utviklingen fortsetter kan det gi mulighet for ytterligere effektivisering av Q-meierienes distribusjon fremover. Konsekvensene av økt volum innenfor ordningen er at utbetalingen vil øke i tiden fremover. Dersom tilskuddet holdes på dagens nivå (60 øre per liter), og volumene øker i samme takt som i perioden 2007 til 2011 fremover, vil utbetalingen av distribusjonstilskudd til Q-meieriene være på 47,8 mill. kroner i 2016. Dersom en reduserer tilskuddet for eksempel til 50 øre per liter, vil utbetalingen av tilskuddet til Q-meieriene i 2016 være på 39,9 mill. kroner. Til sammenligning var utbetalingen til Q-meieriene på 39,4 mill. kroner i 2011.

Bør virkeområdet endres?

For å sikre likebehandling av aktører som produserer flytende melkeprodukter, har SLF vurdert om en bør utvide virkeområdet for distribusjonstilskuddet til å omfatte alle meieriselskaper som produserer flytende melkeprodukter. Siden den opprinnelige forutsetningen om egendistribusjon ikke gjelder på samme måte for Q-meieriene siden distribusjonen nå i stor grad går gjennom kjedene, mener SLF det

kan være en hensiktsmessig løsning. I dagens situasjon betyr dette at distribusjonstilskuddet i så fall også ville gjelde for Rørosmeieriets produksjon av flytende melkeprodukter.

Rørosmeieriet har i hovedsak høyere distribusjonskostnader enn Q-meieriene i 2011. Fra 2012 har de inngått en avtale om distribusjon av Røros Melk som innebærer distribusjonskostnader minimum på linje med Q-meieriene.

Rørosmeieriet er vesentlig mindre enn Q-meieriene og har skalaulemper i distribusjon i forhold til Q-meieriene. Rørosmeieriet har sitt produksjonsanlegg i Røros og har dermed en mindre gunstig lokalisering i forhold til det nasjonale markedet enn Q-meieriene. I 2011 ville Rørosmeieriet fått i størrelsesorden 1,2 mill. kroner i distribusjonstilskudd dersom de hadde vært inkludert i ordningen. Dette viser at en utvidelse av virkeområdet for distribusjonstilskuddet vil få liten effekt på samlet utbetaling for tilskuddet med dagens aktører og dagens volum. SLF mener dette er forhold som taler for å utvide virkeområdet for ordningen med særskilt distribusjonstilskudd til å gjelde for alle meieriselskaper som produserer flytende melkeprodukter.

I forbindelse med at virkeområdet for ordningen eventuelt utvides, bør en også vurdere å øke øvre grense for melkevolum som kan omfattes av ordningen. Med dagens tak på 80 mill. liter og en sats på kr 0,60 per liter, vil det totalt kunne utbetales 48 mill. kroner i ordningen. På bakgrunn av forutsetningene i mandatet, dimensjoneringen fra 2007 og for å bidra til forutsigbarhet for aktørene over tid, er det etter SLFs vurdering et alternativ å videreføre den økonomiske rammen for dette tiltaket. Gitt at det økonomiske taket videreføres og med en redusert sats på kr 0,50 per liter, så gir det rom for å øke øvre volumgrense innenfor ordningen fra 80 og inntil 100 mill. liter.

Det er behov for å ha en øvre grense for volum siden en må forvente at utfordrerne vil oppnå stordriftsfordeler og lavere enhetskostnader ved økt volum. Et høyere volumtak for ordningen vil legge til rette for at utfordrerne kan vokse ytterligere før kostnadsulempen i distribusjon øker.

Selv om både samlet melkeanvendelse og drikkemelk isolert sett er redusert i volum fra 2007 til 2011, så har flytende melkeprodukter i sum hatt en stabil volumutvikling i denne perioden. Dette kan trekke i retning av å begrense en eventuell økning i volumtaket i ordningen.

Dersom en velger å utvide virkeområdet er det viktig av hensyn til forutsigbarhet for aktørene at det utarbeides regler for fordeling av tilskuddet gitt at en når taket i ordningen.

Konklusjon

SLF konkluderer med at det etter en helhetsvurdering av momentene over er grunnlag for å redusere satsen for særskilt distribusjonstilskudd til Q-meieriene med i størrelsesorden 10 – 15 øre per liter. I tillegg mener SLF at en bør vurdere å utvide virkeområdet til å gjelde distribusjon av flytende melkeprodukter generelt.

Hvis virkeområdet utvides, mener SLF en bør vurdere å heve taket for eksempel opp mot 100 mill. liter for ordningen sett under ett. Økonomisk sett vil øvre grense for utbetaling til dette tiltaket i så fall være på 50 mill. kroner som er på om lag samme nivå som i dagens ordning.

3.6 Vurdering av spesiell kapitalgodtgjørelse

3.6.1 Vurdering av effekten av det konkurransepolitiske tiltaket etter 2007

Forhold knyttet til mål og forutsetninger for den spesielle kapitalgodtgjørelsen er nærmere beskrevet i kap. 2.3.3. Ordningen startet opp i 2004 og omfatter meieriselskaper som kjøper og anvender melk direkte fra melkeprodusenter som ikke er knyttet til Tine. Til nå er det bare Q-meieriene som har mottatt dette tilskuddet.

Et sentralt mål med dette tilskuddet er å bedre konkurransen ved å gi melkeprodusentene reelle valgmuligheter i forhold til hvilket meieriselskap de ønsker å levere til.

LMD viser i brev av 04.12.03 til at hvis en ikke innfører et slikt tilskudd vil konkurranseulempen for meieriselskaper utenfor Tine med egne leverandører kunne bli for stor,. Samtidig mente departementet at en bør legge til rette for at meieriselskapene får et incitament til å skaffe seg egne produsenter. En spesiell kapitalgodtgjørelse vil bidra til dette.

Departementet viser videre til at ved en eventuell endring i samvirkeretten som gjør det mulig for melkeprodusentene å få med seg en andel av egenkapitalen ved utreden av Tine, vil forutsetningene for en slik godtgjørelse måtte vurderes på nytt. SLF viser til at den nye samvirkeloven som kom i 2007 ikke er endret på dette punkt, og at Tines vedtekter fortsatt forutsetter at kun andelsinnskudd tilbakebetales ved utmeldning. SLF legger derfor til grunn at tiltaket videreføres.

I vurderingen av spesiell kapitalgodtgjørelse vil vi se nærmere på forhold knyttet til endringer i:

- Råvaremarkedet
- Markedsordningen for melk
- Økonomi

Råvaremarkedet – økte andeler til Q-meieriene

Melkeprodusentene har i dag mulighet til å levere melk til to av aktørene i PU, Tine og Q-meieriene. Utvikling i melk fra egne produsenter er beskrevet i kap. 2.7 og utviklingen i råvaremarkedet for melk er beskrevet i kap. 3.1.

Melkeleveranser til Q-meieriene vil ha en geografisk avgrensning til områdene rundt Q-meierienes to meieranlegg (Gausdal og Klepp). Dette skyldes bl.a. at melk er en ferskvare, at det blir økonomisk ulønnsomt å frakte melk i lange avtander fra meieriene og at det er en utfordring å skaffe tilstrekkelige antall produsenter som ønsker å levere til andre enn Tine i produksjonsmiljøer som ligger langt fra disse anleggene.

Q-meierienes andel har økt fra 4,0 prosent i 2007 til 4,8 prosent i 2011, noe som utgjør en økning på 20 prosent i perioden. Det har videre vært en gjennomsnittlig nettoovergang fra Tine til Q-meieriene på 12 melkeprodusenter per år i perioden 2007-2011. SLF viser til at utviklingen har vært positiv for Q-meieriene i denne perioden, og etter SLFs vurdering innebærer dette økt konkurranse i råvaremarkedet.

Markedsordningen for melk – økt fleksibilitet i kvoteordningen

Kvoteordningen for melk og de begrensningene som ligger i markedsregulators forsyningsplikt til meierier som produserer flytende melkeprodukter inneholder elementer av beskrankninger knyttet både til muligheter for oppstart av melkeproduksjon og meieriernes muligheter til å produsere konsummelk, jf. kap. 2.2.

Når det gjelder kvoteordningen for melk ble det som det går fram av kap. 3.1 gjort endringer i kvoteordningen for melk med virkning fra 01.01.2012 som vil kunne føre til større fleksibilitet i råvaremarkedet for melk fra 2012 og fremover, og slik sett bidra til at flere melkeprodusenter knytter seg til andre meierier enn Tine.

Når det gjelder markedsregulators forsyningsplikt går det fram av kartleggingen at det er ikke gjort endringer i regelverket de siste årene. Av meieriene utenom Tine er det Q-meieriene som har stor nok årlig produksjon til å bli omfattet av den begrensningen som ligger i markedsregulators forsyningsplikt.

I 2011 mottok Q-meieriene ca 72 mill. liter melk fra egne produsenter og brukte 68 mill. liter melk til produksjon av flytende melkeprodukter. I henhold til gjeldende regelverk for forsyningsplikt, vil et selskap som Q-meieriene med to produksjonsanlegg og som bruker 68 mill. liter melk til produksjon av flytende melkeprodukter ha behov for ca 13 mill. liter melk fra egne melkeprodusenter, samt at Tine som markedsregulator forsyner denne aktøren med 55 mill. liter melk. Q-meieriene har valgt å satse på melk fra egne produsenter utover de kravene som ligger i gjeldende regelverk.

På bakgrunn av det ovenstående mener SLF at endringene i kvoteordningen vil kunne bidra til å øke fleksibiliteten i råvaremarkedet. Når det gjelder forsyningsplikten er det fortsatt krav til en viss andel av melk fra egne melkeprodusenter for meierier som produserer flytende melkeprodukter når produksjonen per anlegg overstiger 15 mill. liter per år.

Økonomi – bedre resultater for Q-meieriene

Av meieriaktørene i PU utenom Tine er det per i dag Q-meieriene og Rørosmeieriet som produserer flytende melkeprodukter. Rørosmeieriet har en relativt liten årlig produksjon og er derfor ikke omfattet av kravet om egne produsenter i forsyningspliktregelverket og kjøper derfor melk fra markedsregulator til noteringspris. Q-meieriene produserer årlig ca 68 mill. liter flytende melkeprodukter (2011) og baserer denne produksjonen på melk fra produsenter som er knyttet til Q-meieriene. Q-meieriene betaler disse produsentene samme melkepris som Tine, samt et øre-tillegg per liter melk.

SLF viser til kap. 2.5.4 der det fremkommer at Q-meieriene har hatt en jevn og god omsetningsvekst i perioden 2007-2011 og at de har hatt en gradvis bedret økonomi i perioden. Videre hadde Q-meieriene positive økonomiske resultater i 2011. SLF har foretatt beregninger der midlertidig differensierte avgifter/tilskudd (12-øringen) og spesiell kapitalgodtgjørelse er trukket ut av regnskapet. Beregningene viser at den økonomiske utviklingen i Q-meieriene uten 12-øringen og uten spesiell kapitalgodtgjørelse ville ha vært dårligere enn gjennomsnittet for norsk matindustri i denne perioden.

SLF konkluderer med bakgrunn i dette at kapitalgodtgjørelsen i PU har virket i forhold til forutsetningene for dette tiltaket.

3.6.2 Vurdering av behov for endringer i tiltaket

Spesiell kapitalgodtgjørelse fastsettes med basis i en beregningsmodell fra 2003. Modellen ble utredet og vedtatt med virkning fra 01.01.2004. Modellen baserer seg bl.a. på Tines egenkapital tillagt en merverdi i forhold til bokført egenkapital, samt bruk av et normert avkastningskrav på denne kapitalen. Selv om det i 2007 ble foretatt endringer i andre konkurranserettede tiltak og det ble innført nye tiltak, ble den spesielle kapitalgodtgjørelsen videreført uten at det ble gjort endringer i grunnlaget for beregning av dette tilskuddet. SLF legger derfor til grunn at beregningsmodellen skal videreføres.

SLF viser i denne sammenheng til innspill fra Q-meieriene og har sammenlignet kapitalgodtgjørelsen i PU med utbetalingene til melkeprodusentene fra Tines foredlingsvirksomhet, samt utviklingen over tid. Kapitalgodtgjørelsen har i perioden 2004-2011 variert fra en årlig gjennomsnittssats på 23,5 øre/liter i 2006 til 34 øre/liter i 2010. I gjennomsnitt for perioden 2004-2011 har kapitalgodtgjørelsen vært på 27,9 øre/liter og for perioden 2007-2011 har den vært på 30 øre/liter. De samlede utbetalingene fra Tines foredlingsvirksomhet har i perioden 2004-2011 variert fra 7 øre/liter i 2004 til 42 øre/liter i 2011. I gjennomsnitt har utbetalingene vært på 22,1 øre/liter for denne perioden og for perioden 2007-2011 på 28,6 øre/liter. I perioden 2004-2011 er det to år hvor kapitalgodtgjørelsen i PU har vært lavere enn utbetalingene for Tines foredling, mens den i seks år har ligget høyere.

SLF er ikke enig i Q-meierienes tilnærming til kapitalgodtgjørelsen og viser til grunnlaget for tiltaket slik det kommer til uttrykk i beregningsmodellen. Som beskrevet over er grunnlaget for dette tilskuddet ikke direkte koblet til Tines løpende utbetalingspris til produsent, eller de deler av denne utbetalingsprisen som kommer fra overskuddet i Tines foredlingsvirksomhet.

SLF vurderer det slik at dette tiltaket bidrar til at et utfordrermeieri til Tine får et incitament til å skaffe seg egne produsenter jf. LMDs brev av 04.12.2003.

For å gi mest mulig oppdatert grunnlag, tar SLF videre sikte på at beregningsmodellen som ligger til grunn for kapitalgodtgjørelsen blir ajourført årlig også med hensyn på Tines kapitalgrunnlag og egenkapitalandel (inkl. normerte merverdier). SLF har til nå ajourført disse elementene ca hvert 3. år. Basert på de siste par årenes satsgrunnlag, vil en slik årlig ajourføring over en treårsperiode kunne øke satsen for kapitalgodtgjørelsen med fra 0-5 øre/liter. Om en tar utgangspunkt i tilskuddsgrunnlaget for 2011, vil en slik endring kunne bidra til et økt tilskudd på $(0+1,4+3,4)$ 4,8 mill. kroner over en treårsperiode i forhold til dagens praksis. SLF tar her forbehold at om at hvis for eksempel Tines kapital og gjeldende rentenivå endrer seg i forhold til de årene vi her legger til grunn, vil utslagene av å foreta årlige justeringer kunne gi andre utslag enn de som vi her viser til.

3.7 Konsekvenser av endringsforslagene

Scenario med 2011-volum

Tabellen nedenfor viser et basisalternativ med 2011-volum og gjeldende satser samt et alternativ med 2011-volum og de foreslåtte satsendringene.

Tabell 56: Virkning av endringer i konkurranserettede tiltak i gjeldende ordning (mill. kroner)

	Beløp dagens sats	Beløp ny sats	Diff. ny - dagens
Differensierte avgifter/tilskudd	55,4	59,8	4,4
Spesiell kapitalgodtgjørelse	19,7	21,3	1,6
Særskilt distribusjonstilskudd	39,4	33,8	-5,6
Sum	114,5	114,9	0,4

Med utgangspunkt i 2011-volum og en satsøkning på 2 øre/liter ville kostnadene til differensierte avgifter/tilskudd ha økt fra 55,4 mill. kroner til 59,8 mill. kroner. Dette er en økning på 4,4 mill. kroner, tilsvarende 7,9 prosent. Kostnadene til spesiell kapitalgodtgjørelse ville ha økt med 1,6 mill. kroner fra 19,7 mill. kroner til 21,3 mill. kroner (8,1 prosent). Kostnadene til det særskilte distribusjonstilskuddet var på 39,4 mill. kroner i 2011 og er basert på Q-meierienes distribusjonsvolum. I beregningen av kostnader for endringsforslaget har vi inkludert volum for Rørosmeieriets distribusjon i 2011. Tilskuddsatsen er foreslått redusert med 10 øre per liter til 0,50 kr/liter. Beregningen viser at utbetalingen til distribusjonstilskuddet ville ha vært på 33,8 mill. kroner i 2011, noe som er en reduksjon på 5,6 mill. kroner eller 14,2 prosent.

I scenarioet med dagens satser og 2011-volum ville konkurranserettede tilskudd utgjort 114,5 mill. kroner, noe som ville ha utgjort 7,7 øre/liter fordelt på all anvendt melk i PU. Med de foreslåtte satsendringene ville totalt beløp ha vært på omtrent samme nivå med 114,9 mill. kroner og 7,7 øre/liter melk.

Scenario med 2016-volum

SLF har beregnet konsekvenser for et scenario hvor vi har prognosert utviklingen i de konkurranserettede tiltakene i prisutjevningsordningen fem år frem i tid, gitt at samlet volum følger samme utvikling som i perioden 2007-2011 med de samme aktørene som er med i ordningen i dag. Tabellen nedenfor viser de prognoserte kostnadene i 2016 for et basisalternativ med uendrede satser og de prognoserte kostnadene med de foreslåtte satsendringene for de tre tiltakene.

Tabell 57: Prognosert virkning i konkurranserettede tiltak i 2016 (prognosert volum, mill. kroner)

	Beløp dagens sats	Beløp ny sats	Diff. ny - dagens
Generelt tilskudd	97,2	104,9	7,8
Spesiell kapitalgodtgjørelse	22,4	24,2	1,8
Særskilt distribusjonstilskudd	47,8	41,8	-6,0
Sum	167,4	171,0	3,6
Økning i forhold til dagens nivå	52,9	56,1	3,2

Med utgangspunkt i et prognosert volum for 2016 har SLF beregnet at de totale kostnadene til konkurranserettede tiltak der satsene er uendret vil være 167,4 mill. kroner, noe som tilsvarer 11,2

øre/liter fordelt på all anvendt melk i prisgruppene i PU. Med utgangspunkt i et prognosert volum for 2016 og SLFs foreslåtte satsendringer blir kostnadene i 2016 totalt 171,0 mill. kroner, noe som tilsvarer 11,5 øre/liter fordelt på all anvendt melk i prisgruppene i PU. Prognosene for 2016 viser dermed at kostnadene til konkurranserettede tiltak blir 3,6 mill. kroner høyere med endrede satser.

En sats for differensierte avgifter/tilskudd på 0,27 kr/liter fører til en kostnad på 104,9 mill. kroner liter for dette tiltaket. Dette utgjør 4,0 øre/liter melk. Satsen for spesiell kapitalgodtgjørelse prognoseres til 0,313 i 2016, da dette er en sats som varierer gitt endringer i elementer i beregningsmodellen. Med dette utgangspunkt prognoseres kostnadene til spesiell kapitalgodtgjørelse å være 24,2 mill. kroner i 2016, noe som utgjør 1,4 øre/liter melk. Satsen for særskilt distribusjonstilskudd er som nevnt ovenfor foreslått til 0,50 kr/liter. Basert på Q-meierienes utvikling i perioden 2007-2011 og et beregnet volum for Rørosmeieriet i samme periode vil dette gi en kostnad på 41,8 mill. kroner i 2016, tilsvarende 2,3 øre/liter melk.

De totale kostnadene på 171,0 mill. kroner er en økning på 56,1 mill. kroner sammenlignet med 2011-volum og nye satser. Dette tilsvarer en økning på om lag 48,8 prosent. Når kostnadene til konkurranserettede tiltak øker, vil det føre til økte avgifter eller reduserte tilskudd for pris- og biproduktgruppene i PU.

Øvre tak - handlingsregel

Det kan være vanskelig å prognosere fremtidig volum. Ved store volumendringer kan kostnadene til de konkurranserettede tiltakene øke betydelig, og det kan få negative konsekvenser for avgifter og tilskudd i prisgruppene. Kostnadene knyttet til tiltakene vil øke fra 7,7 øre/liter melk fordelt på all anvendt melk i PU i 2011 til 11,5 øre/liter i 2016 med de foreslåtte satsendringene, gitt at samlet volum følger samme utvikling som i perioden 2007-2011 med de samme aktørene som er med i ordningen i dag.

For å skape større forutsigbarhet for alle aktører, mener SLF at det kan være hensiktsmessig å lage en handlingsregel som setter et øvre tak for utbetalingene. En måte å fastsette et tak på er for eksempel å se samlet utbetaling av de konkurranserettede tiltakene i forhold til brutto omsetning i PU. Eventuelt kan en vurdere øvre grenser for de ulike tiltakene separat.

Et annet tiltak kan være å evaluere de konkurranserettede tiltakene på nytt om en viss tid, f. eks. om fem år.

3.8 Behov for eventuelt andre konkurranserettede tiltak i PU

SLF viser til mandatet for denne evalueringen og har ut i fra dette innhentet materiale for å kartlegge bl.a. utviklingen i meieriselskapenes markedsandeler og meieriselskapenes økonomiske resultat. SLF viser til at utfordrereierne i perioden 2007-2011 har økt sine markedsandeler og at økonomien for disse selskapene har blitt styrket. SLF registrerer videre at det ikke har blitt noen flere utfordrermeierier i perioden, samt at konkurransen utenfra, i form av import av melkeprodukter har økt i denne perioden.

SLF konkluderer med at de evaluerte konkurranserettede tiltakene har fungert etter forutsetningene, og anbefaler at tiltakene videreføres med noen justeringer. SLF ser ikke at det er behov for å foreslå ytterligere konkurranserettede tiltak innenfor prisutjevningsordningen for melk.

4 Forslag til endringer

SLF foreslår i dette kapittelet endringer på bakgrunn av vurderingene i kapittel 3.

4.1 Indeksjustering av tiltaket med differensierte avgifter/tilskudd

SLF foreslår å videreføre tiltaket med differensierte avgifter/tilskudd til de aktørene som i dag er med i ordningen.

SLF legger til grunn en videreføring av tiltaket på om lag samme nivå som da tiltaket ble innført i 2007. En indeksjustering av gjeldende sats kan da være naturlig. For eksempel vil en justering i henhold til konsumprisindeksen øke tiltaket med 2 øre per liter til kr 0,27 per liter. Gitt at utviklingen fortsetter i samme tempo som i perioden 2007 til 2011, vil denne endringen gi en økt verdi av tiltaket på 49,5 mill. kroner i 2016 sammenlignet med 2011. Utbetalingen i 2016 med denne forutsetningen vil bli 104, 9 mill. kroner.

Dersom det er ønskelig at utfordrerne til Tine raskere skal kunne ta markedsandeler fra Tine, kan det være et virkemiddel å øke tiltaket ytterligere. Motsatt dersom en mener at utfordrerne har oppnådd tilstrekkelige andeler og/eller tilstrekkelig bedring i økonomiske resultater, kan tiltaket gradvis trappes ned.

4.2 Redusert sats, utvidet virkeområde og økt volumtak, men likevel stabil økonomisk ramme for særskilt distribusjonstilskudd for Q-meieriene AS

SLF foreslår at satsen reduseres med i størrelsesorden 10-15 øre per liter. SLF har i regneeksemplene benyttet en sats på 50 øre/liter.

SLF foreslår at en vurderer å utvide virkeområdet for tiltaket til å gjelde for alle meieriselskaper som produserer flytende melkeprodukter for å sikre likebehandling av aktørene. Gitt utvikling i samme tempo som i perioden 2007 til 2011, vil en slik endring medføre økt verdi på 2,4 mill. kr i 2016. Utbetalingen i 2016 vil med denne forutsetningen bli på 41,8 mill. kroner, mens maksimal utbetaling gitt et tak på 100 mill. kr blir 50 mill. kroner.

SLF foreslår videre at en vurderer å øke volumtaket fra 80 mill. liter til for eksempel 100 mill. liter for ordningen sett under ett. Det innebærer at den økonomiske rammen for ordningen videreføres på om lag samme nivå som tidligere.

4.3 Årlig oppdatering av elementer i modellen for spesiell kapitalgodtgjørelse

SLF tar sikte på å ajourføre beregningsmodellen som ligger til grunn for tilskuddsatsen årlig også med hensyn på Tines kapitalgrunnlag og egenkapitalandel. Dette innebærer en endring av SLFs praksis på området. Med basis i tilskuddsberettiget volum for 2011 og de siste par års satsgrunnlag, vil dette kunne gi en økt verdi av tiltaket på 4,8 mill. kroner over en treårsperiode i forhold til dagens praksis.

POSTADRESSE:
Postboks 8140 Dep, 0033 Oslo

BESØKSADRESSE:
Stortingsgt. 28, 0161 Oslo

TELEFON: 24 13 10 00
TELEFAKS: 24 13 10 05
E-POST: postmottak@slf.dep.no

www.slf.dep.no